National

CSR報告書2006

松下電工株式会社

本　社　〒571-8686　大阪府門真市大字門真1048番地　TEL:06-6908-1131(代表)
東京本社　〒105-8301　東京都港区東新橋1丁目5番1号　TEL:03-6218-1131(代表)

2006年6月発行②
CSR-1 Jun06 7YL

松下電工株式会社

National

目 次

サステナビリティ
持続可能性(sustainability)

編集方針

本報告書は松下電工グループのCSR(企業の社会的責任)に関する活動を皆様にわかりやすくお伝えすることを目的に発行しています。

当社は1999年から環境報告書を発行し、2003年には社会面・経済面の情報を加え、サステナビリティ・レポートとして情報を開示してきました。

2005年度は当社CSRの重点施策と2010年にありたい姿を設定しました。本報告書はその内容を中心に松下電工の現況とCSRへの取り組みを記載しています。それにともない報告書のタイトルを「松下電工のCSR取り組み報告(CSR報告書)」と改称しました。

昨年度に引き続き、本報告書もGRI、環境省・経済産業省の各種ガイドラインを参考にしながら重点を絞って編集し、読みやすい報告書をめざしました。なお、詳細情報、補足情報は当社ホームページ上に掲載しています。

本報告書や当社活動の更なる改善を図るため社外の方々から直接ご意見をいただく機会を設けたり、第三者からのご意見を頂戴したりしながら、皆様とともに持続可能な社会の実現をめざします。

添付のアンケート用紙は皆様とのコミュニケーションツールです。皆様からのご意見・ご感想などを参考にしながら、より一層の改善を図っていきますので、忌憚のないご意見をいただければ幸いです。

報告対象

分野
社会・環境・経済面の情報を報告

期間
2005年度(2005年4月1日～2006年3月31日)を中心に報告(2005年度より決算期を3月に変更しています)

範囲
社会性情報:個別に対象範囲を記載
環 境 情 報:松下電工および国内外の50%超出資製造連結会社を対象に報告(異なる場合は個別に記載)
経済性情報:松下電工および連結会社

発行時期
2006年6月
前回:2005年6月
次回:2007年6月発行予定

絵記号(ピクトグラム)を活用し、
楽しみながら読めるようにしました。

 特集記事
 用語解説
 スポットライト
取り組み事例紹介
 ホームページ
ホームページに報告項目に関連する情報がある場合、マークがついています。また、ホームページのみで開示している情報についても マークがついています。

松下電工:

松下電工は、快適なくらしを支えています。

わたしたちは、照明、情報機器、電器、住設建材、電子材料、制御機器の6つの事業分野にわたる、
世界でも類を見ない幅広い商品群を持ち、世界中のお客様に「生活快適ソリューション」をお届けしています。
近年は、「快適な空間づくり」の分野で強みを発揮する当社グループと、
松下電器産業、パナホーム3社のコラボレーションによって、新たな価値をもつ、
魅力的な商品・サービスが続々と誕生しています。

松下グループ:

3社の事業の共通点は「くらし」。

松下グループはテレビやDVDなどを製造する松下電器産業、
家づくりのパナホームと松下電工で構成されています。
3社の事業の共通点は「くらし」。そこで3社は協力し、くらしトータルで快適・便利・安全に
そして環境に配慮した機器・システムの開発とご提供に努めています。

「SmartArchi（スマートアーキ）」シリーズ

「HomeArchi」ペンダント

LEDカラー照明器具

無電極照明「エバーライト」

住まいと くらしを支える 松下電工

照　明

世界有数の照明器具メーカとして、住宅用照明から大型施設向けの照明システムまで、多彩な商品を製造・販売しています。また、LED（発光ダイオード）や無電極照明などの新光源搭載器具の開発、自動車のヘッドライト用点灯装置など照明デバイス事業の強化も進めています。

「HomeArchi（ホームアーキ）」シリーズ

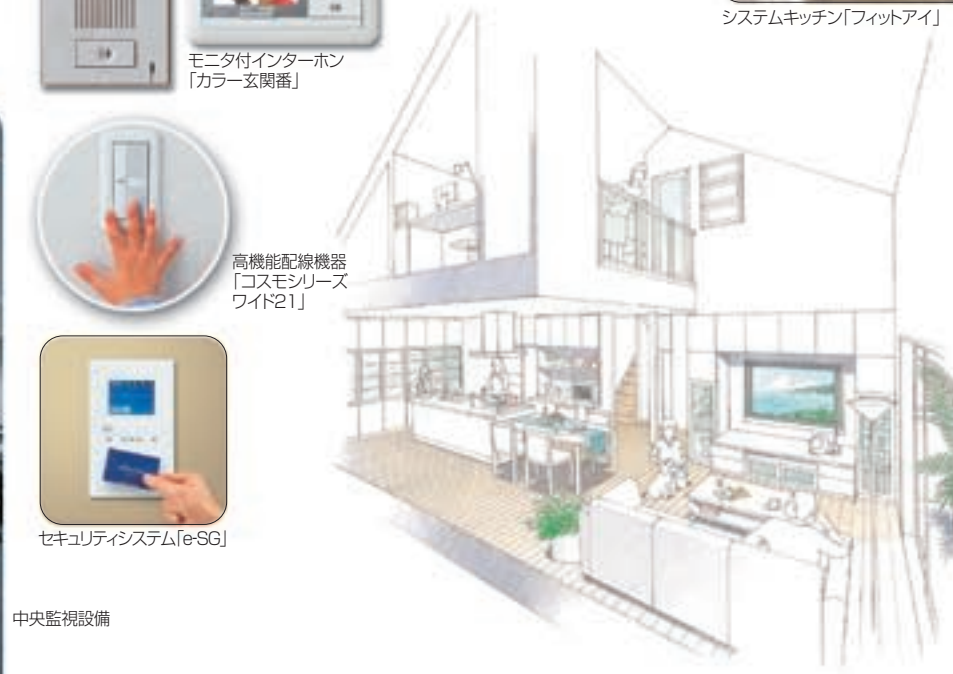
情報機器

設備系ネットワーク分野、電気設備のソリューション分野、トータルセキュリティ分野の3つを軸に、住宅やビルの電気・情報インフラ設備を構築。配電設備、センサ＆報知設備、入退出管理システム、LAN配線システムなどを展開しています。

中央監視設備

モニタ付インターホン「カラー玄関番」

高機能配線機器「コスモシリーズ ワイド21」

セキュリティシステム「e-SG」

電　器

くらしの中の『美・健・快・楽』を核とした「ヒューマンバイタル」をコンセプトに、各種電気機器を開発。ドライヤーやシェーバー、マッサージ椅子、フィットネス機器などで、お客様に感動いただける商品を創出しています。

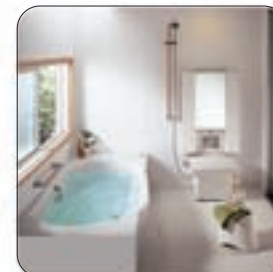
マイナスイオン ヘアードライヤー「イオニティ」

乗馬フィットネス機器「ジョーバ」

マッサージ椅子「リアルプロX」

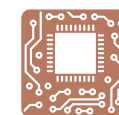
住設建材

ショウルームでの地域密着型営業を通じて、新築およびリフォーム市場向けにさまざまな住宅設備、建築材料を提案。キッチンやバス、トイレなどの水廻り空間をはじめ、室内装・外装、太陽光発電システムなどを販売しています。

システムキッチン「フィットアイ」

システムバスルーム「イーユ」

システムファニチャー「キュビオス」

環境対応プリント配線材料「ハロゲンフリー ガラスエポキシマルチ」

左：プラスチック成形材料「ECOM P（エコム ピー）シリーズ」
右：高信頼性ガラスエポキシマルチ「HIPER（ハイパー）シリーズ」

電子材料

モバイル機器、デジタル家電、自動車用途などにプリント配線板用材料、半導体封止材料をはじめとする多彩な電子材料をグローバルに提供しています。とくに近年、ハロゲンフリーや鉛フリーはんだ対応など環境対応型商品の開発に注力しています。

世界で モノづくりを支える 松下電工

車載用超音波センサ「バック&コーナーセンサ」

画像処理装置「イメージチェッカ PV300」

「狭ピッチコネクタ」

制御機器

携帯電話などさまざまな機器に組み込まれるコネクタ、リレー、スイッチなどの制御部品と、あらゆる空間の自動化・快適化を支えるFAセンサやプログラマブル・コントローラ（PLC）、画像処理装置などのシステム、コンポーネントを生み出しています。

「企業は社会の公器」

事業活動を通じて社会に貢献する

経営理念

綱　領

産業人たるの本分に徹し　社会生活の改善と向上を図り
世界文化の進展に寄与せんことを期す

信　条

向上発展は各員の和親協力を得るに非ざれば得難し
各員至誠を旨とし一致団結 社務に服すること

松下電工の遵奉すべき精神

一、産業報国の精神
一、公明正大の精神
一、和親一致の精神
一、力闘向上の精神
一、礼節謙譲の精神
一、順応同化の精神
一、感謝報恩の精神

当会社経営の基本理念

綱領信条並に我等の遵奉すべき七精神をよく体する当社従業者によって需要家に最大の満足と誠意を贈る事を念願し常に業界の繁栄を図ると共に社会に対しより新しき価値の創設を期するものである

取締役社長　畑中 浩一

2005年度は、CSRの面で一歩前に踏み出した年となりました

私たちは「企業は社会の公器」であるとする考え方のもと、お客様に満足と誠意をもって快適で豊かなくらしをお届けすることをめざしております。2004年度の松下電器産業との包括的協業（コラボレーション）以降、「ユビキタスネットワーク社会の実現」と「地球環境との共存」に貢献するという松下グループの企業ビジョンの具現化に努めてまいりました。両社のコラボレーションによって、今まで当社単独では実現が難しかったことも、互いの強みを合わせることで、これまでにない提案・ソリューションが可能となっています。2005年度には松下電工が培ってきた水流発生技術と松下電器産業の酸素発生技術を融合させたシステムバスルームなどを商品化しました。

松下グループの根幹には、「事業活動を通じて社会に貢献する」という創業以来の経営理念があります。こうした理念のもと、「本業を通じた循環型社会の実現に貢献する」ことが当社のCSR（企業の社会的責任）であると考えております。

当社のCSRを推進するにあたって、①循環型社会の実現に向けたビジネスの創造・拡大　②よき企業市民型社員によるボランティア活動の展開　③ステークホルダーとの信頼関係強化のための情報開示――の3つが重要と考えています。2005年度は業界ナンバーワン（オンリーワン）の環境性能を実現した「ダントツGP※」の開発や、工事会社様と協働でのリフォーム事業、モノを売るのではなく、機能を売るサービサイジングなどに取り組みました。

※ ダントツGP：業界ナンバーワン（オンリーワン）の環境性能を実現した商品

トップメッセージ

『松下電工グループは「良き企業市民」として社会貢献に取り組み、「より良き社会」の実現をめざす』を基本方針に社会貢献活動に取り組んでいます。「緑の恩返し」としてアジア諸国への植林や従業員ボランティアによる富士山植林などを実施しました。

さらにわが国産業界の重要テーマとして浮上している「労働」と「人権」の問題への取り組みを強化いたしました。職場の多様化が進むなか、年齢・性別・国籍などにとらわれず、多様な人材が活躍できる企業風土の醸成に積極的に取り組んでいます。また、いわゆる「2007年問題」を日本社会全体の「モノづくり力低下の問題」と捉え、工業・工科高校生向けの「インターンシップ」を実施し、わが国の次の世代を担う人材育成に着手したことなど、当社CSR活動が一歩前進できたと考えております。

全社会議にて

社内展示会にて

お客様の安全を最優先することをお約束いたします

2005年に松下電器産業製のFF式石油温風機による一酸化炭素中毒事故が発生しました。この事故でお亡くなりになられた方々のご冥福をお祈り申し上げますとともに、ご家族の皆様に心からお悔やみ申し上げます。事故発生以来、当社でも製品の回収・点検・修理活動に協力してまいりましたが、いまだ不明台数が残っており、これらの回収・点検・修理につきまして、今後とも皆様のご理解・ご協力を賜りますよう、お願い申し上げます。

当社では、2005年4月から「真・お客様主義」を経営ビジョンとして掲げ、「品質」と「CS（顧客満足）向上」を大きな柱と考えています。

安全に関わる品質問題が発生すれば、お客様を始め、さまざまなステークホルダーの皆様にご迷惑をおかけし、社会全体に不安感を波及させてしまいます。安全品質問題の発生は“ゼロ”でなければならないと痛感し、全社に改めて、このことを徹底いたしました。

また、2005年8月に、お客様の声を全社で一元管理し、必要な情報を経営層・管理職層が共有する「VOC21※システム」をスタートさせました。これは、毎月12万件にのぼるお客様のご質問・ご意見・ご要望・ご苦情などをデータベースとして蓄積し、製品・サービスの開発などに役立てていくシステムです。今後は、このシステムの“故障”や“不良”などのキーワードを監視する機能を活用して、製品の安全性向上、品質管理、危機管理にも展開してまいります。

当社の商品には施工を伴うものが多く、簡単にミスなく施工できる設計配慮も当社が果たすべき責務の1つであると申せます。またご使用いただくお客様に「交換時期をお知らせする商品」「もし不具合が発生しても安全な状態を保ち、なおかつお客様にお知らせする商品」などを開発してまいります。

これらの設計・開発にあたっては、ユニバーサルデザイン（UD）を心がけることが重要です。安全の前提は、誰にでも使いやすいことであるからです。当社はこれからも「お客様と同化」した立場からUDを追求し、お客様の安全を最優先することをお約束いたします。

※ VOC21：Voice of Customer21

サステナブルな社会の実現に向かって

現在、世界は多くの貧困層を抱え、その生活改善を可能にするだけの経済的成長を必要としています。その一方で、環境をこれ以上傷つけることは許されず、いかに維持・回復していくのかが厳しく問われています。経済成長と環境保全の両立。これは決して簡単なことではありません。しかし世界中の企業は今、経済成長と環境保全の両立を可能にする「サステナブル・ビジネスモデルの構築」を迫られているのです。

当社には、全世界に約5万人の従業員が在籍しています。全従業員が各々の立場で地球社会の未来を考え、行動し、企業人としての社会的責任を果たしていくならば、サステナブルな社会の実現において当社は少なからぬ役割を担えると思っています。当社のCSRメッセージは“好(いい)循環ものづくり”で、これは全従業員から募集してつくったものです。従業員一人ひとりが自分にとってのCSRとは何かということを考え、このメッセージに込められた思いを実行に移していくとき、当社はサステナブル社会の実現に貢献しているはずです。

そして私は、このような大きな可能性を持った組織を率いる者として重大な責任を自覚し、経済・環境・社会の3側面でバランスのとれた経営に努めてまいる所存でございます。

今回の報告書では、当社の活動や思いをできるだけわかりやすくお伝えするよう努めるとともに、お客様や取引先様、従業員へのインタビューを実施するなど、ステークホルダーの皆様との対話を重視いたしました。また報告範囲については、グローバルに展開する当社の実態を踏まえた報告へと前進させることができたと考えております。

私たち松下電工グループは、サステナブルな社会を皆様とともにつくっていくために、皆様のご意見を謙虚に受けとめ、それを自らのビジネスモデル構築に活かしてまいります。どうか忌憚のないご意見をお寄せいただきますようお願い申し上げますとともに、皆様からご理解とご支援をいただけますことを念願いたしております。

2006年6月

取締役社長
畑中 浩一

本業を通じてCSRに取り組み 循環型社会の実現に貢献する

事業活動を営むうえで、さまざまな立場の方々とさまざまな関係が生まれます。
そうした方々に信頼される企業であることが、CSRを果たすことだと
当社は考えます。本業を通じて社会に貢献することで
持続可能な発展をめざします。

松下電工

好循環（いいじゅんかん）ものづくり

消費者・お客様
「お客様第一」の
視点から製品・
サービスを創造

従業員
キャリア形成支援と誰もが
働きやすい職場づくり

循環型社会の実現に向けた ビジネスの創造・拡大

循環型ビジネスモデルの構築をめざし、
「あかり安心サービス」などの
サービサイジング事業を展開しています。

15ページ参照

取引先様
グリーン調達や代理店研修・
販売店支援を通じた共存共栄

株主様・投資家
適時・適切な情報開示に
よるIRコミュニケーション

行政など
法令順守と事業を通じた
積極的な協力・貢献

業界団体
関連業界団体に積極参加、
リーダーシップ発揮

ステークホルダーとの 信頼関係強化のための 情報開示

ステークホルダーとの信頼関係構築をめざし、
CSR に関する情報開示やダイアログの
定期開催などを行っています。

54ページ参照

国際社会
国際社会への交流促進

マスメディア
タイムリーなニュースリリースや
PR、取材協力

良き企業市民型 社員によるボランティア活動の展開

産学協同の技術・技能伝承をはじめ、環境保護運動や
教育関連貢献活動、文化・芸術支援活動に取り組んでいます。

21、33ページ参照

地域社会・地球環境
地域との交流促進と
社会問題解決支援活動

市民団体
必要に応じた
NPO活動支援・参加

「好循環（いいじゅんかん）ものづくり」、これは当社の新しいCSRメッセージ。
CSR活動を推進するうえでの“キーワード”です。資源循環型社会の実現への貢献とは、ライフサイクルを考えた商品設計や新しいサービスの提供などによって、限られた資源をより好く循環させる社会を実現すること。ものづくりの“もの”とは商品だけでなく当社の事業活動すべてを指しています。

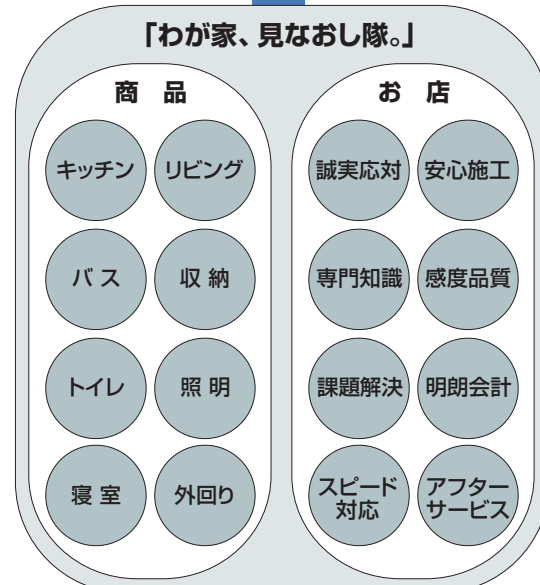
クローズアップ 1

住宅リフォーム市場での取り組み

写真左：左から、ナイス（株）資材事業本部 新潟営業部 新潟第四営業所　石山 盛浩様、 松下電工 新潟住設建材営業所　増田 啓二
（有）神尾材木店 代表取締役　神尾 すみ江様、（有）神尾材木店 住環境アドバイザー　神尾 忠雄様

写真右：左から、松下電工 北海道住設建材営業所　小池 慶典、（株）テクノブレイン リフォーム相談員　横田 斐紗子様
（株）テクノブレイン 代表取締役　漆 公彦様、 松下電工 北海道住設建材営業所　渡辺 留美子、 強崎 睦

魅力ある設備を“安心”の工事で

日本には今、約4,400万世帯に対して
約5,000万戸の住宅があるといわれています。
そんな中にあって「新築するのではなく、
今ある住宅をリフォームしたい」と考える人々が増えつつあり、
現時点で6兆円規模の住宅リフォーム市場は、
2010年に8兆円規模にまで拡大すると予想されています。
一方で、「今住んでいる住宅をもっと便利にしたい、
もっと省エネルギーにしたい、老後も安全に暮らせるようにしたい」——
こんな切実な願いを裏切られた、というニュースも後を絶たず、
消費者は不安をつのらせています。
そこで松下電工は「わが家、見なおし隊。」キャンペーンを開始。
優良工事会社様と当社が「協働」して、魅力ある住宅設備と
“安心”の工事で「愛せるわが家」のご提供をめざしています。

当社営業担当 強崎 睦／写真右
今回は「わが家、見なおし隊。」の新聞広告を見てお電話いただいた石川様には、工事会社様の迅速な対応、当社ショウルームの活用により、ご満足いただけたと思っています。

消費者の不安を解消する「わが家、見なおし隊。」の厳しい参加条件

住宅リフォーム工事を考えている消費者が「不満」と感じている情報の第一位には『費用の目安や積算（見積）基準が不明確（70%）』、第二位に『依頼業者選択の目安や基準が不明確（37.7%）』があげられています※。要するに「不当に高い金額を請求されないか」「きちんとした業者かどうか」を不安に思っていらっしゃるのです。

こうした消費者に“安心”していただくために、当社は「わが家、見なおし隊。」に参加していただく工事会社様を募るにあたって、何よりも「信頼性」を重視しました。建設工事業許可を取得しているのは当然のこと、店舗が存在すること、下請け業者をも含めて労働災害保険や工事保険に加入していること、法律を順守していることなどを条件づけました。また、参加時に導入研修と試験を受けていただくというルールも設けました。

■「わが家、見なおし隊。」参加の条件

- 建設工事業の許可取得
- 一括有期労災と工事保険への加入
- 廃棄物処理法の順守
- コンプライアンス順守への署名

ショウルームで「実物」を見て納得していただきます

リフォームを考えている消費者が「不満」と感じている情報の第三位にあげられているのは『リフォーム事例情報の不足（29.6%）』※。つまり、実物が見たい、ということ。

だから「わが家、見なおし隊。」では、全国70カ所（2006年3月末）の当社ショウルームで、リフォームに最適な商品を展示しています。このショウルームへ、工事会社様にお客様をお連れいただき、工事前に実際に見て、触れて、機能を体感していただき、ご希望に沿うリフォームを工事会社様と共に考え、納得していただきます。

※「住宅リフォーム潜在需要者の意識と行動に関する調査
～住宅リフォーム推進協議会　平成14年～」より

ショウルームでは、実際の商品を見て、触れて、ご納得いただくまで説明を重ねます。

工事会社様と一緒に、お客様のご要望をしっかりと伺います。

北海道在住　**石川 様**

システムキッチンといえばNationalという認識があり、キッチンのリフォームを検討中に「わが家、見なおし隊。」の新聞広告を拝見。最寄の参加店であるテクノブレインさんにご連絡しました。

何度か一緒にショウルームを見学し、使いやすいキッチンを検討しました。リフォームにあたっては、以前のレンジフードのダクト穴部分を明かり取りの小窓にするなど希望を具体化してもらい、仕上がりに満足しています。

株式会社 テクノブレイン
代表取締役　**漆 公彦 様**

当社は以前から自家製のハーブをお客様に振舞うなど地域密着の活動を展開してきました。このたび、「わが家、見なおし隊。」に参加したことで、石川様のように新しいお客様からリフォームの相談をいただけたことを非常に嬉しく感じています。

松下電工さんには、「わが家、見なおし隊。」の認知度をさらに上げてもらい、我々も信頼されるリフォームを実施し、お客様に安心をお届けしていきたいと思っています。

クローズアップ 1

住宅リフォーム市場での取り組み

魅力ある設備を“安心”の工事で

新潟県在住 土田 様

ガス台が壊れたのをきっかけにキッチンのリフォームを検討しはじめました。

ショウルームの方がとても親身に相談にのってくださり、今回の商品を決定した次第です。気に入った商品がわが家のキッチンに収まらず苦労しましたが、神尾材木店さんと相談しながら進めました。キッチンも明るくなるよう設計いただきとても喜んでいます。

有限会社 神尾材木店 代表取締役 神尾 すみ江 様

土田様が選ばれたキッチンは家具のようなシステムキッチンでした。限られたスペースに収めるために何回も打合せを重ねた結果、とてもご満足していただき、私共も感謝の気持ちでいっぱいです。

「わが家、見なおし隊。」に参加して、チラシなどをご覧になられたお客様からの問い合わせも増え、ショウルームの利用もとても助かっています。さらに「わが家、見なおし隊。」の認知度を上げ、充実した内容となったショウルームでの商談を増やし、お客様に満足していただける提案をしていきたいと思っております。

当社営業担当 増田 啓二／写真左から2番目

今後は「わが家、見なおし隊。」の認知度をさらに上げ、工事会社様のお役に立つツールや資料を充実させ、工事会社様と一緒に良質なリフォームをお客様にお届けしたいと思っています。

また、お客様ご自身でショウルームに来訪された場合は、個人情報保護の観点から、いきなり工事会社様にご紹介することはせず、お客様に対して工事会社様をご案内するにとどめています。

個人情報保護や工事品質向上、環境保全を徹底します

リフォームでは居住されながら施工することが多く、お客様のプライバシーへの配慮が不可欠です。また、お客様は「悪質訪問販売業者」に関する報道などから、業者との契約に不安感を抱いておられます。こうした状況にあって「わが家、見なおし隊。」の導入研修では、個人情報保護法や消費者契約法などの法規研修も行い、参加各社様への周知徹底を図っています。

また、工事の品質向上のための研修や、施工時に出る廃材のリサイクルや廃棄物処理適正化のための研修、工事終了後のアフターサービスに関する研修も実施しています。

そしてお客様との間で何度かトラブルを起こした会社には脱会措置もありうる、という厳しい姿勢で臨みます。

こうして、営業段階から施工、メンテナンスまで、徹底的にお客様の“安心”にお応えしていきます。

施工中の土田様宅

■ 工事会社様への研修内容

● **導入研修**

リフォーム関連事業法規（個人情報保護法、建築リサイクル法、消費者契約法など）についての研修を実施し、修了時に筆記試験を行っています。工事会社様にも徹底したコンプライアンスを要請しています。

● **技術セミナー**

住宅劣化の診断方法や耐震診断など、リフォームに関連した技術研修に加え、高齢者住宅改修研修、省エネ住宅改修研修なども行っています。

● **CS研修**

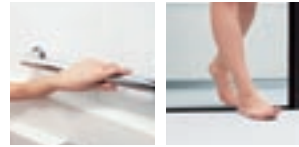
工事会社様と共に、お客様満足を高めていくために、お客様対応やマナーについての研修を実施しています。

■ 「わが家、見なおし隊。」の主な提案商品

システムキッチン **「フィットアイ」**

いろんな工夫で、誰もが使いやすいキッチン。サポートバーは、おなかでもたれると、立ったままの作業がラクに。また、かがんだり立ったりするときの手すりとしても活躍します。

システムバスルーム **「イーユ」**

業界初のお湯が全身をさすり上げる機能を持たせたシステムバスルーム「イーユ」。握りバーや、出入り口など、さまざまなところで安全にも配慮しています。

タンクレストイレ **「エシェル・セオ」**

節水、節電という時代が求める省エネを追求したタンクレストイレ。アームレストが、小さなお子様からお年寄りまで、立ち座りをしっかりサポートします。

サステナブルなライフスタイルを提案するために

「わが家、見なおし隊。」が提案する商品は、当社と松下電器産業とのコラボレーション（協働）による新商品が中心。両社の協働のなかから、システムキッチン「フィットアイ」、「ウェーブアイ」やシステムバスルーム「イーユ」、タンクレストイレ「エシェル・セオ」、システムファニチャー「キュビオス」など、単にキレイで便利な住宅設備を超える高付加価値な商品が誕生しています。

キッチン・バス・トイレの水廻り商品から今後は空気環境の向上、ペットとの共生、自然環境との調和、年齢・体格の違いや、障がいの有無にかかわらず全ての人が使いやすいバリアフリーでユニバーサルなデザインなどを実現する「愛せるわが家」へのリフォームを提案していきます。

これらを実現していく当社の商品は、環境負荷が低く、ユニバーサルデザイン（UD）を追求したものでなければなりません。商品の環境配慮を進めるとともに、2003年度からユニバーサルデザイン認定制度を実施。「UD配慮商品」と「UD認定商品」を設けて（27ページ参照）、品目の増大を進めています。

地球社会の持続可能性を高めるサステナブルなライフスタイルの提案へ――「わが家、見なおし隊。」は、もっともっと頑張ります。

松下電工株式会社 住建商品営業企画部 リフォーム営業推進グループ 部長 藤田 実

徐々に活動が本格化しつつある「わが家、見なおし隊。」ですが、お客様や工事会社様との対話を通じて、さまざまな成果が得られています。

たとえば、玄関先に貼ってリフォーム済みであることを知らせる通称「番犬シール」は、お客様の声から生まれた販促ツールの一つ。また、お客様へ配布するダイレクトメールなどのツールは工事会社様の要望からも生まれており、「こんなツールがあれば」の声に応えてどんどん充実しています。

当社はこうしたご意見や反響に応え、お客様と対話を重ねて、工事会社様との協働関係を育みながら、リフォーム事業における住宅設備メーカーとしての責任をこれからも万全に果たしていきます。

ショウルームでは商品の特長をわかりやすく展示しています。

クローズアップ 2
循環型社会の実現に向けた、新しいサービス

“モノを売らない”という発想

「あかり安心サービス」のお客様はサステナブルな経営をめざす企業です。このサービスではランプ(蛍光灯や電球)という「モノ」を売らず、あかりという「機能」を売ります。
サービス会社は、ランプが切れたら補充し、ご使用済みのランプを回収し再生・適正処理したことを保証しますので、お客様は手間もいらず、廃棄物の処理に関しても安心です。
そして月々の料金でこのサービスを利用され、取り替えたランプの数をカウントすることが、あかりを節約して使うことに役立ち、経済的で省エネ効果も高くなるのです。
このように、モノを売るのではなく「機能」を提供することを「サービサイジング」といい、環境配慮の面からも注目を集めています。

企業の環境保全活動を支援する仕組み

ランプを購入すると、使用後は通常、産業廃棄物としての処理を専門業者に依頼する必要があります。「廃棄物の処理及び清掃に関する法律(廃棄物処理法)」で企業の責任は厳しく問われています。しかしランプの処理は専門業者も少ないため適正処理ルートの構築は難しいのです。ゼロエミッション※に取り組んでいる企業にとっては悩みの種になっています。

そこで松下電工の「あかり安心サービス」を利用すれば、サービス会社がランプをお客様にお貸しする契約なので、使用後はランプの所有権を持つサービス会社が責任を持って回収・処理し、マニフェスト(産業廃棄物管理票)も発行します。お客様はランプの処理に悩まずに済み、経費削減に役立ちます。

2002年4月のサービス開始から、多くの環境先進企業様に評価され、2006年3月現在で425法人・約3,600事業所にご契約いただいており、企業の環境保全活動をサポートする新サービスとして期待されています。

※ ゼロエミッション:再生できず埋め立て処理される廃棄物をできる限り0%に近づけること

■「あかり安心サービス」契約数(指数)の推移

蛍光灯のリサイクル率アップにも貢献しています

「あかり安心サービス」では、お客様から回収したすべての使用済みランプが、リサイクルルートに送られ、処理されることになります。その数、実に年間約200万本。現在、使用済みランプの多くは破砕後に埋立処理されていますが、「あかり安心サービス」を利用する企業が増えたことで、ランプのリサイクル率向上に貢献しています。このような環境保全効果が評価され、「あかり安心サービス」は2004年12月に「第1回エコプロダクツ大賞(エコサービス部門)」において「環境大臣賞」を受賞しました。

第1回エコプロダクツ大賞(エコサービス部門)を受賞

企業の事業所でよく使われる蛍光灯には、有害物質の水銀が使用されており、あかり安心サービスではその無害化処理の徹底とマテリアルリサイクルを進めています。将来的には、回収した使用済みランプを再資源化してランプをつくる「ランプtoランプ」が実現するかもしれません。

スズデン株式会社 フィービジネス営業所
所長 桜沢 俊哉 様

2001年10月、ISO14001認証取得に向けたキックオフのときに「あかり安心サービス」と類似したサービスを当社独自で検討しておりました。それは「循環型サービス」で「製品」に「サービス」を付与する仕組みの提供です。行政と相談しながら苦労して話を進めていました。「あかり安心サービス」の提案を受けたときに、ぜひ取り組みさせていただきたいと考えたのです。

現在、当社は「あかり安心サービス」などの代理店としてお客様に「環境」「安心」「安全」をご提供しています。「あかり安心サービス」の仕組みは本当に良い考えだと思っていますが、さらに松下電工さんに望むとするならば、それは仕組みの“標準化”です。実際のサービス現場では、お客様からさまざまな要望が派生してくるため、標準化して線引きをすることも大事だと思います。サービスに携わる従業員の「共育」を徹底して、全国統一の品質でサービスを提供していきたいと考えています。

クローズアップ 2

循環型社会の実現に向けた、新しいサービス

“モノを売らない”という発想

東レ株式会社 環境保安部
部長 舩曳 長武 様

2000年に「環境10原則」を制定して廃棄物削減や資源有効利用を進めてきた当社ですが、2003年頃には対策が一巡して新たな方法を模索している状態でした。そんな時、「あかり安心サービス」の報道に触れ、「これは当社にピッタリだ」と思い検討を開始しました。

経営トップの耳に入れたところ、「積極的に進めるように」との指示を得ましたので、国内関係会社にも呼びかけ、これまでに当社の全14事業所を始め、東レグループで36社101事業所が「あかり安心サービス」を採用しています。（2006年5月現在）

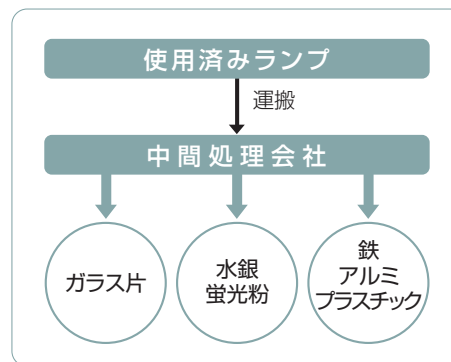
このサービスの一番のメリットは、使用済み蛍光灯の再生・適正処理が保証されている安心感です。また安全・環境を最優先の経営課題とする東レグループの象徴的な活動としての効果もあります。

当社工場では多種多様な照明器具を使用していますので、今後は対象品目の拡大を期待しています。

回収からリサイクルまでサービス会社が責任を持って管理しています

「あかり安心サービス」でお客様に直接サービスを提供するのは、当社の特定代理店であるサービス会社です。このサービス会社がお客様の使用済みランプの排出者責任を負い、マニフェストを発行・管理し、委託契約を結んだ収集運搬業者が使用済みランプを回収します。

回収したランプは、当社が推奨する再資源化ネットワークを活かして全国各地の中間処理会社を通じて適正にリサイクルされるため、お客様の手間は大きく削減され、環境重視経営を実践していただけます。中間処理会社の中には、当社グループが輸入代理店を務めるスウェーデン製の最新処理プラントを導入しているところもあり、水銀は確実に無害化処理されるので、地球環境負荷の低減に役立ちます。

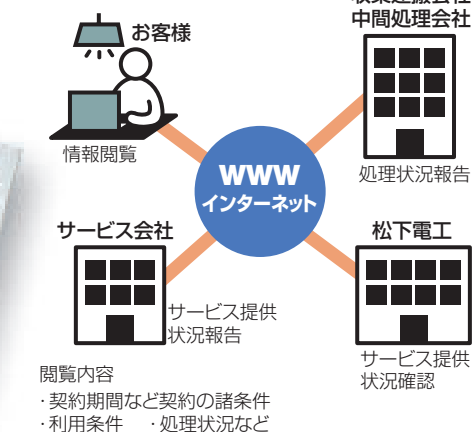
■ 蛍光灯の再資源化フロー

お客様とのコミュニケーション

お客様やサービス会社との対話を重ねサービスを拡充しています

新しいサービスを開発・提供していくうえで、関係者との対話は欠かせません。当社はお客様やサービス会社と緊密にコミュニケーションをとり、仕組みの改善やサービスの拡充を進めています。

お客様は業種や規模も多種多様ですから、使用されるランプの本数や種類、使用時間など、お客様の使用状況を把握するためのコンサルティングが必要です。その際には、より省エネ効果が高く経済的なランプの使用方法も提案できます。またご要望に応じてインターネット上でランプの交換実績や使用済みランプの処理状況を把握できるサービスも提供しています。

お客様の「こうだったら助かる」という声を仕組みに反映させながら、サービス内容を拡充しています。

■ 拡充したサービス

機能提供型ビジネスを展開していきます

機能提供型ビジネスとして、フリーアクセスフロアを当社と三井リース事業株式会社様との共同によりリースするサービスがあります。お客様にとっては軽微な負担でフル配線フロアを導入でき、リース契約終了後は元の床に戻してもらえるので、廃棄物を処理する負担もありません。

また、誘導灯や非常用照明器具は昨今の消防法や建築基準法の改正によって定期点検・報告が義務付けられ、罰則も強化されています。当社の工事会社ネットワークを活かしてリースを活用したバッテリー交換サービスを開始。非常時に点灯する状態を維持し、回収したバッテリーはリサイクルするため、資源の有効活用にもなります。

経済産業省でも、2005年度からグリーン・サービサイジングモデル事業を公募し、環境ビジネスの育成支援に乗り出しました。コスト低減、環境負荷低減だけでなく、法令を順守してリスク回避にも貢献するサービスを──当社のサービサイジングは従来のメーカーの発想を超え、環境から社会の隅々まで広がっていきます。

お客様事業所での
蛍光灯保管状況

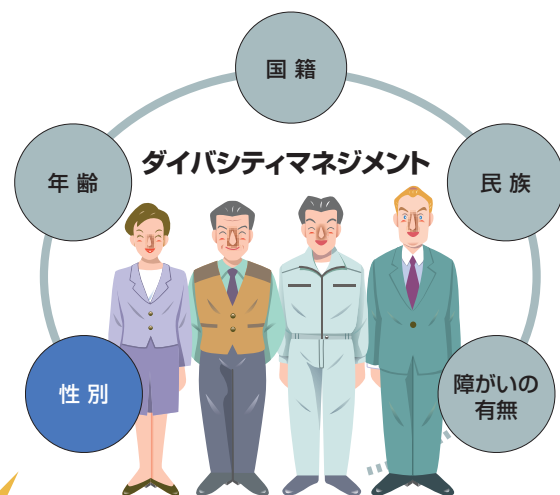
松下電工株式会社 カスタマークリエイトセンター
ソリューショングループ
部長 宮木 正俊

「あかり安心サービス」の環境保全効果は、お客様に貸与・回収したランプ本数そのものです。それだけのランプが埋立処理ではなく再資源化されるので、環境配慮型サービスの典型ともいえるでしょう。お客様にとっては環境面でもコスト面でも大きなメリットがあります。当社やサービス会社にとっても、あかりという機能の提供を通じて、お客様と息の長いおつきあいができ、信頼を得ることができます。

「あかり安心サービス」をはじめとするサービサイジングは、これからの循環型社会構築に必要な事業だと思います。お客様や代理店の方々との対話を重ねながら、社会的に価値あるサービスをつくりあげていきたいと考えています。

クローズアップ3 多彩な人材が活躍する職場づくり

女性も、男性も——誰もが一緒になって

国連開発計画が2003年に発表したジェンダー・エンパワーメント指数を見ると、日本は66カ国中44位。この指数は女性が経済界や政治面での意思決定に積極的に参画しているかどうかを測るもので、残念ながら、我が国は女性があまり活躍できていない国、と言えそうです。当社は、1990年代初頭から育児・介護休業や育児勤務（短時間勤務）などの制度を導入・拡充し、2001年には「ポジティブアクションプラン委員会」を組織して女性の職域拡大に着手。そして2004年6月からは「女性躍進推進室」を設置して女性の活躍を促進しています。これは、性別だけでなく年齢、国籍、民族、障がいの有無などをも超えた"多様な人材の活躍"をめざす多様性（ダイバシティ）マネジメントの一環として取り組むものです。

女性躍進活動のテーマと体制

意識改革	ワーク・ライフ・バランス	ポジティブアクション
役員・事業部長・管理職・女性社員などへの働きかけ	仕事と私生活の調和	女性のポスト・職域拡大のための積極策

会社の「本気度」を示すためにも社長直轄の女性躍進推進室が中心になって、全国28の地区委員会の委員約200名に事務局・人事担当約100名を加えた計300名体制で2006年から活動を本格化

女性躍進啓発冊子

男女がともにイキイキと働くために、制度と意識の改革を進めています

「女性躍進推進室」は2006年1月に「松下電工・女性躍進活動計画」を発表。2010年までに新規採用の女性比率を40%に、主任以上の女性役職者数を15%にする目標を明らかにしました。また、この目標を達成するための制度と意識、両面での改革を開始しました。

制度面では、「ワーク・ライフ・バランスの実現」のために、女性が職場で活躍することを困難にする私生活上の負担を減らすことを重視。育児・介護休業期間中に労働の一部を自宅でできる「部分在宅みなし勤務」や、出産・育児・介護などで退職した社員のうち本人が希望し、適性がある場合、退職後の一定期間内に正社員として迎える「再雇用支援」などを制度化していくこととしました。また、こうした制度は、男性を含めた全員のワーク・ライフ・バランスを良くしていくものです。このことを理解してもらうために「育児休業制度」を利用した男性社員の声を社内ホームページで紹介するなどの試みも始めました。

さらに、女性の経営参画を促すための「ポジティブアクション」として、女性管理職に役員が講義・指導する「女性経営塾（仮称）」、女性のポスト・職種を開発する「ポストリサーチ」なども実行していきます。

女性の躍進へ——その現状と目標

	2005年実績	2010年目標
女性入社比率	15%	40%
女性企画判断職※1	5.1%	11%
指導的立場の女性比率（主任以上の役職者）※2	7.8%	15%

※1 事務職種の内、業務内容を自主企画および自主運営することを主眼とした職能。
※2 （参考）政府の男女協働参画推進本部は2020年までに、あらゆる分野の指導的立場の女性を少なくとも30%にする数値目標を定めている。

経営幹部も、一般社員も、思い込みや不安を解消することが大切

この活動を進めていくうえで、一番大切なのは意識改革です。女性は「管理職に不向き」「お得意先が認めてくれない」という思い込みや「前例がないから」といった不安が、女性の活躍を阻んでいるからです。

そこで「女性躍進推進室」は2006年1月に役員・事業部長への意識調査を実施。3月には部課長を対象に専門家を招いて「職場の多様性尊重」についての講演会を開催しました。参加者からは「女性に困難さを乗り越えさせるのではなく、一緒に困難さを取り除いていくべきだと思った」「社内でも、お客様に対するのと同様、相手の立場に立って考えることが大切だと解った」などの意見が出されるようになりました。

もちろん、経営幹部からの「トップダウン」に頼るだけでは改革は進みません。各地の女性躍進推進委員などを集めたフォーラムを開催するなど、社員自らが「ボトムアップ」で改革していく機運を高めています。

肉体的条件、文化的背景、生活基盤が異なるさまざまな個性が各々の能力を発揮していくために——当社は多様性（ダイバシティ）を追求します。

田中さんご一家

松下電工株式会社 女性躍進推進室
川原 理恵子

本格的に活動を始めてからまだ数か月ですが、この間、女性躍進活動の社内認知度は随分アップしたと感じています。その名称から、当初は「女性だけの活動」という誤解もありました。しかし、女性躍進活動はあくまでもダイバシティ・マネジメントの第一歩。最近では、男女を問わず全社員が働きやすく、能力を発揮できる会社にするための活動であることが、少しずつ理解され始めています。

また、社員の皆さんから制度に対する意見や要望をいただいたり、女性からのキャリア相談も増えています。これからも、講演会やe-ラーニング、地区を訪問しての対話などを通じて、積極的に働きかけていきたいと考えています。

松下電工株式会社 制御デバイス事業部
技師 田中 陽一

第2子出産後6カ月で職場復帰した妻に代わって、私は社内初の育児休業取得男性となりました（2006年5月末まで3カ月取得）。「周囲の迷惑にならないか」「昇進に影響しないか」と、3カ月間悩んだ末に上司に取得を申請したところ、拍子抜けするほどあっさり賛成してくれました。私が抱いていた不安は「思い込み」に過ぎなかったわけです。

休業中は育児にかかりきりで、その大変さを実感。第1子を妻に任せきりで残業していた自分を反省するとともに、この時しかできない貴重な体験を堪能しました。また、スムーズな職場復帰を支えてくれた上司・同僚には大変感謝しており、助け合うことの大切さを再認識した次第です。

クローズアップ 4 技術・技能伝承と人材育成

“モノづくり”の技と心を次の世代へ

「団塊の世代」のうち一番多いとされる1947年(昭和22年)生まれの人たちが60歳定年を迎える2007年。“2007年問題”と呼ばれる団塊の世代の大量定年退職が日本の各企業と社会全体に大きな影響を及ぼすことが危惧されています。とくに製造業にとって、熟練者が蓄積してきた技術やノウハウが途絶えてしまうことは深刻な問題です。松下電工では、本業の“モノづくり”を通じて社会的責任を果たしていくためにも、“モノづくり”の技と心を次の世代に引き継いでいくことが重要であると考え、社内での技術・技能伝承と人材育成に早くから力を入れてきました。また、製造業が支えている我が国経済の将来を活性化するために、社外の若者たちを対象にした技術・技能伝承にも力を入れています。

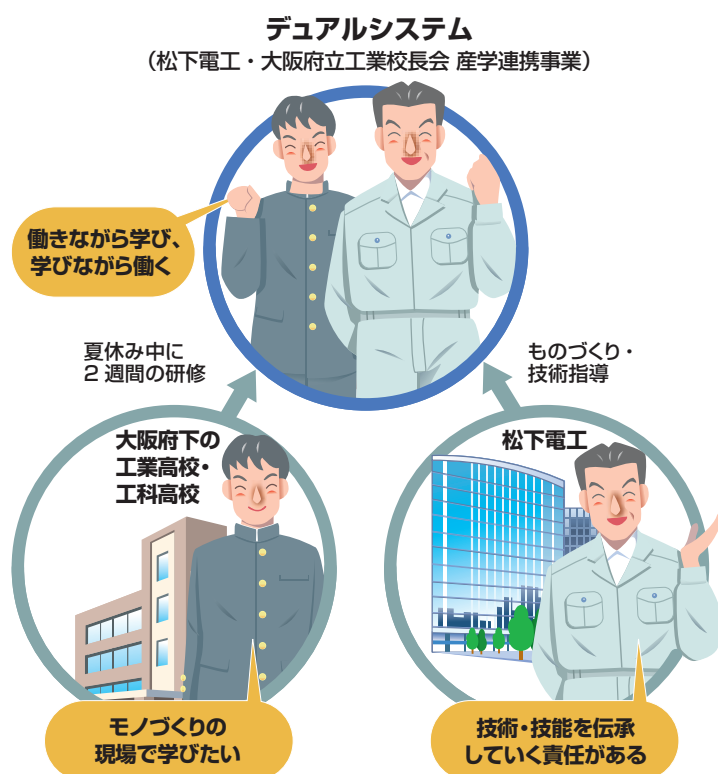
デュアルシステム
(松下電工・大阪府立工業校長会 産学連携事業)

働きながら学び、学びながら働く

夏休み中に
２週間の研修

ものづくり・
技術指導

モノづくりの
現場で学びたい

技術・技能を伝承
していく責任がある

松下電工 工科短期大学校
生徒の作品

高校生のためのインターンシップで“モノづくり”の神髄を伝えています

当社は社会貢献活動の一環として、2005年夏から大阪府立の工業・工科高校の生徒を対象に2週間のインターンシップを開始しました。これは『松下電工・大阪府立工業校長会 産学連携事業』と名づけた、高校生たちに“モノづくり”の神髄を伝える試みです。

7月25日から本社敷地内にある「松下電工 工科短期大学校」に22名のインターンを迎え入れ、『なにわの名工(大阪府優秀技能者表彰)』を受賞し、大阪府の技能検定委員も務める当社のベテラン技術者2人が指導員となって、「仕上げ工程」で技能検定3級レベルの実技訓練を実施しました。

いかに機械化が進もうとも、お客様という「人」の手に渡る直前の工程である「仕上げ工程」には、「人」の手作業が必要です。冷たい金属の性質を熟知し、部品と部品の精度や組合せ機能を考えながら加工していくうちに「人」の気持ちが伝わって、「人」に優しい温かな製品に変貌していく——そんな“モノづくり”の醍醐味を味わってもらうために、仕上げ工程に焦点を当てました。

2006年度は大阪府下の工業高校の教員に対する研修も予定しており、日本が伝統としてきた技術伝承に当社はさらに協力していきます。

労使が協力して「モノづくり人材力」の強化を進めています

社内では、製造業の原点である「モノづくり人材力」の強化を進めています。これまでも「松下電工 工科短期大学校」で若手社員に技術・技能の習得だけでなく、教養豊かな人格の形成を図ってきました。しかし近年、経済のグローバル化にともなう海外生産の活発化と国内外での未熟練工の増加、地球環境問題への対応など、製造業を取り巻く環境変化に対応するためには、“モノづくり”の本質を理解した人材育成がますます重要になってきています。

そこで2005年7月に「労使モノづくり検討委員会」を発足させ、労使間で対話を重ねました。そして2006年4月、製造に携わる人材の拡充を決定。中堅・熟練層の能力向上をめざして「モノづくり塾」などを開講し、さらに初めて大卒者を「製造技術者」として配置するなど、意識的かつ長期的に「モノづくり人材力」を強化していく取り組みをスタートさせました。

各種研修・教育の制度

匠フォーラム
高度技能職認定者同士の技術を研鑽し、指導力を身につけ技能伝承の促進を図る。

技能五輪コース
技能五輪・技能グランプリに挑戦することで、国内トップ水準の技能力を持つ人材を育成する。

「モノづくりとヒトづくりは車の両輪」という理念を大切にして

“モノづくり”は人間社会の富の源泉です。それは、「人」のために行う、「人」にしかできない貴重な行為でもあります。

当社は創業以来、「モノをつくる前にヒトをつくる」「モノづくりとヒトづくりは車の両輪」という理念を大切にしながら、今後も“モノづくり”の技と心を次世代へと伝えるために、社内外での対話を深め、技術伝承と人材育成のより良いあり方を探求していきます。

松下電工株式会社 人材能力開発センター
技師 **古賀 一基**

私はこれまでさまざまな仕事を通じて技術・技能だけでなく「モノづくり」の心というものを学んできました。またこれまで習得した技術・技能そして心を松下電工 工科短期大学校の生徒や海外研修生、技能五輪出場選手に指導を行っています。

今回の高校生対象のインターンシップにより若者たちに直接技術を伝授できるのは非常に有意義だと感じています。今回受講した高校生たちもとても真剣に取り組んでくれて、非常に嬉しく感じました。今後も日本人が得意としてきた、また、日本経済の中核であり続けてきた“モノづくり”の継承に、微力ながら貢献したいと考えています。

松下電工株式会社 照明製造統合部
丸山 幸成

私は2001年から2003年まで松下電工 工科短期大学校で「モノづくり」の技術・技能と心を学んできました。そこでの貴重な経験も活かされ、第43回技能五輪全国大会(2005年)の機械組み立て職種にて金賞を受賞することができました。これは工科短期大学校および職場で直接指導していただいた先輩や応援いただいた工場の皆様のおかげと大変感謝しています。

今後はこの経験を仕事に活かすのはもちろんのこと、後輩の指導や育成にも活かしていきたいと思っています。

品質・顧客満足

「結局は品質」という信念のもと、お客様によりご満足いただくために、わたしたちはグループ一丸となって、
商品・サービスの品質向上に取り組む「真・お客様主義」を実践しています。

ホームページに報告項目に関連する情報がある場合、■マークがついています。また、ホームページのみで開示している情報についても■マークがついています。

品質の基本方針

2004年12月から、お客様に感動と喜びを提供する「真・お客様主義」を経営ビジョンに掲げ、グループ一丸となって商品・サービスの品質と安心・安全の向上に取り組んでいます。

品質基本方針
（全社品質基本規定より）
いつの時代も、「結局は品質（クオリティファースト）」を信念に「社会や環境との調和」を図り、「需要家に最大の満足と安心」を提供し続けることを、わたしたちの究極の目標とします。

品質に対する基本的な考え方
1. 品質の良し悪しは
   お客様が決めるもの
2. 品質は社会に
   長期的利益を生み出すもの
3. 品質は全員参加で生み出すもの

品質の向上のために

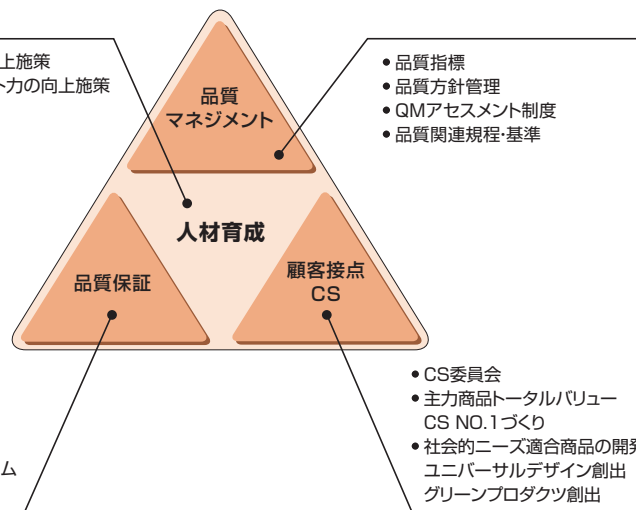
2003年度から3カ年計画で、全品質ロスを2005年度末に2002年度比1/3の削減を目標にNew-NQF活動を推進してきました。

New-NQF活動とは、トップ主導による全員参加の品質向上活動であり、「品質マネジメント」「品質保証」「顧客接点CS※」「人材育成」の4つのフレームワークで施策を設定しています。また、各部門の活動成果を事業本部長が発表し、次の目標をコミットメントするNQF会議を年2回開催しています。

この活動の開始以降、全品質ロスの約1/4を削減しました。目標は未達成でしたが、ロス削減効果が少しずつ現れてきています。

2006年度以降は、よりお客様視点での活動をめざして、「安心・安全品質向上」と「顧客接点でのCS向上」の2本柱で進める「CQF（Customer Quality Firstの略称）活動」を新たにスタートしています。

■ 品質向上活動フレームワーク

用語解説

CS
顧客が満足することを意味する「Customer Satisfaction」の略語。

松下電工独自の品質アセスメントを駆使して

ISO9000シリーズ※の認証は、全事業所で取得を完了し、継続しています。その後、2000年に「ISO9000シリーズ」と「日本経営品質賞※」の長所を組み合わせた当社独自の品質マネジメントシステムである「QMアセスメント制度」を構築しました。

この制度の特徴は、経営者自らが自組織の課題に気づき、改善をしていく点にあります。事業のありたい姿を想定しながら、現況、そしてギャップを認識し、取り組むべき項目を経営者がコミットメントし、改善活動を実行していきます。

現在、この制度を事業部、国内製造連結会社、海外製造連結会社の70事業所に対して展開し、マネジメント課題の抽出、改善活動に取り組んでいます。

設計品質目標を起点とした品質造り込み

当社では、商品品質の造り込みに際して、設計品質の目標値の設定を重視しています。商品設計を始める前にお客様の要求、ニーズ、あらゆる使用シーンや環境条件を明確にし、お客様がご使用になる時点で不具合が起こらないように、また、お客様が満足してご使用いただけるように、設計の目標値を設定し、設計活動をスタートさせています。そして万一、トラブルが発生した時は、必ずこの設計品質目標にさかのぼり、なぜトラブルが起きたのか、どの目標項目、値、評価方法が良くなかったのかを徹底追究し、次の商品からは二度とトラブルを発生させない仕組みを構築しています。

また、より信頼性の高い設計品質目標を設定するため、「品質評価技術」の強化に取り組んでいます。品質評価技術は、市場環境、使われ方を解析し、定量化していく技術であり、「品質評価技術センター」を設立し、新商品の設計品質目標の設定とともに、開発された商品の目標達成を確認、検証しています。

電磁環境適合性評価

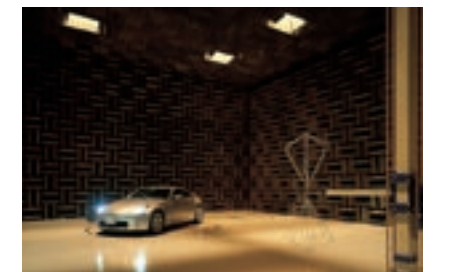
■ QMアセスメントプロセス（当社オリジナル品質マネジメントシステム）

お客様：要求／製品ニーズ／サービスニーズ／クレーム・苦情

マネジメント：顧客・市場の理解 → 方針の策定と展開 → 危機管理／人材開発と学習環境／情報の共有化と活用

継続的改善：改善活動 ← データ収集分析

製品実現：顧客ニーズ・期待の把握／顧客サービス対応／製品・サービス／品目充実と品質評価 → 設計完成度の向上 → 工程設計と生産準備 → プロセスQ造り込み → 不良流出防止活動／ビジネスパートナーとの協力関係／変更管理／トラブル未然防止・再発防止

お客様：顧客満足

社内外に向けた研修・説明会

当社の事業部長や関係会社社長などへ品質意識啓発を図る「トップQM研修」、当社および取引先の品質保証関係責任者に意識啓発を行う「品質責任者研修」をそれぞれ年1回開催しています。

また、各種技術者には統計手法などの品質技術研修を、管理者・リーダー向けにはISO9000などの品質マネジメント研修・課題解決力向上研修を実施しています。

用語解説

ISO9000シリーズ
ISO（国際標準化機構）によって定められた品質マネジメントシステムの国際規格。顧客満足にかなう品質を実現するための、管理のしくみについて規定している。

日本経営品質賞
企業の経営品質を評価し、顧客視点による経営を実現し、経営革新により新たな価値を生み出す企業を表彰する制度。1995年、（財）社会経済生産性本部が創設した。

テキストマイニング
形式化されていない文章情報を解析し、その中から役に立つ情報を取り出すこと。

消費生活アドバイザー資格
企業の消費者志向の促進と消費者利益の確保、賢い消費者の育成に役立つ人材の育成をめざして創設された資格。

修理サービスの向上

当社商品の修理サービスは松下電工テクノサービス(株)が担当しています。お客様第一の観点から、"正確で早く安価"をモットーに、全国均質なアフターサービス体制の充実を図っています。

サービスマンの専門性やCSマインドを高めるために独自の技術認定制度とCS向上研修制度を有しています。技術認定制度では「電気や建築設備の基礎技術」と「電器、照明、情報機器、住宅設備の商品技術」について各3グレードで体系化しています。2005年度はサービスマンの60%が新たに上級資格を取得しました。

また松下電工テクノサービスでは2003年度からCI※活動を展開し、2005年には社員スローガンとして"Fantascal"を制定し、"お客様の「ありがとう」と「笑顔」につなげるサービス"に向けて一丸となって取り組んでいます。

お客様満足の向上にむけて

経営ビジョン「真・お客様主義」のもと、お客様の声に真摯に耳を傾け、お客様対応を充実させるために専門組織の整備とシステム化に努めています。全国から頂いたお客様の意見や営業前線からの社内報告／提案は、データベースに蓄積され各部門で検討後、商品改善や販売サービスの向上へとつなげています。

2005年度は、ご相談センターに届いたお客様の声を"テキストマイニング※"という手法で分析し、必要な情報を社内配信する「VOC21システム(Voice of Customer)」を導入しました。経営層・管理職などを中心に約1,000名で情報の共有化を図り、さらなる活用に向けた取り組みをスタートしました。

また消費者の視点を理解し、企業と消費者のパイプ役を育成することを目的に、経済産業大臣の認定資格「消費生活アドバイザー※」の取得を支援・奨励しています。2005年度の当社社員有資格者数は69名で、企業別では8位にランクされました。

※ CI：Corporate Identity
企業の個性やありたい姿を再定義して、内外にそのイメージを認識・定着させること

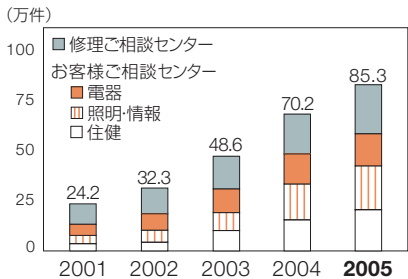
■ お客様対応体制フィードバック

お客様ご相談センター

お客様ご相談センターは、以前は商品の取扱説明書だけで問い合わせ先などを紹介していましたが、2003年以降カタログやホームページへの紹介を積極的に推進しました。その結果、アフター(購入後相談)からビフォア(お買物相談)へも広がりを見せると共に、市場からの認知も浸透しつつあります。相談件数の増加はお客様CS件数の増加とも言えます。

そして2005年4月からは、当社と松下電器産業のコラボレーションの一環として、両社の相談窓口を「ナショナル パナソニックお客様ご相談センター」として一元化。さらに利便性が高まりました。受付時間も365日9時～19時を1時間延長し20時までとしました。

お客様ご相談センター

■ お客様相談件数の推移

お客様への情報提供

消費生活センターや県・市の消費者行政窓口が主催となり、全国各地で一般消費者を対象とした啓発講座や消費生活展が開催されています。当社は、啓発講座への講師派遣や資料提供を行い、積極的に啓発活動に協力しています。2005年度は、講師派遣が60回(受講者約2,000名)、消費生活展への出展31回(来場者約12万名)となりました。

また、「安全・便利・快適」に暮らすための知恵や情報を掲載した「くらしのメモ」や「住まいの安全対策」などのチラシや冊子を作成し、消費生活センターなどへ無料配布しています。なお、「くらしのメモ」は当社ホームページでも公開しています。

啓発講座

啓発資料

お客様への大切なお知らせ

石綿(アスベスト)について

当社が過去に販売した商品で住宅用建材の一部や石綿を含むパッキンなどを部材や部品として使用したものに石綿が含まれていました。その多くは石綿をセメントや樹脂などで固化して使用しているため、通常の使用では石綿が飛散する可能性は低いと考えています。また退職者を含む社員や工場周辺の住民の方に、健康被害の発症はありません。(2006年5月時点)

当社は、石綿問題を恒久的な課題として捉え、2005年7月に対策本部を設置し、退職者を含む定期的健康診断や使用済み商品などの適正処理に関する情報開示・意識啓発などを行っています。なお、石綿に関する松下電工の状況をホームページにて報告しておりますので、詳細はそちらをご覧ください。

なお、現在、松下電工が販売する商品に石綿を使用しているものはありません。

1985年～1992年製のナショナルFF式石油温風機の回収について

松下電器産業が製造したFF式石油温風機において、一酸化炭素中毒により死亡・入院される事故が発生しました。2005年12月7日「大切なお知らせとお願い」の新聞掲載にて部品無料交換と5万円での引き取りの実施に関わるお知らせと、お願いをさせていただいております。

2006年4月30日までに、松下グループ全社をあげた取り組みの結果、対象機種出荷台数152,132台に対する名簿把握台数は、99,095台(販売台数比65.1%)となりました。ご協力いただきましたお客様に感謝申し上げます。

しかしながら、まだ53,037台の製品が把握できておりません。今後もお取引先様はじめ関係先様各位のご協力の下、引き続き松下グループ全社をあげて、名簿の把握に努めてまいります。今後とも、ご協力をお願いいたします。

新たなアフターサポートサービスへの取り組み

"当社の住宅設備・建材商品を末永く安心してお使いいただきたい"という思いをサポートサービスというカタチにしました。ビジネスパートナー様とともに、お客様へ快適な住まいのサポートサービスを提供し、よりご満足いただけるように取り組んでいます。

快適会員　快適なくらしをサポートする4つのサービス

松下電工の住宅設備・建材とあなたのくらしをサポート

年会費制のアフターサポート

消耗品・定期交換部品の宅配ショップ
- 10%OFF

ハウスクリーニングなどの生活便利サービス
- 3,000円割引券付
- お見積り無料

水まわりと鍵のトラブル急行サービス 365日24時間
- 全メーカー対応
- 応急処置30分無料

住宅設備・建材のアフターサービス
- 専用相談ダイヤル
- お手入れ読本

延長修理保証

わずかなご負担で、5年間ナショナル住宅設備機器の修理保証が受けられます。商品ごとに保証料は異なります。

ユニバーサルデザイン（UD）

どなたにとっても快適で暮らしやすい共生社会の実現に向け、ユニバーサルデザイン（UD）※に取り組んでいます。
今後も、モニター評価や独自の「UD認定制度」を実施することで、より多くの人がより使いやすい商品を創出していきます。

ホームページもご覧ください

http://www.mew.co.jp/corp/csr/social/index.html

ユニバーサルデザイン（UD）

ユニバーサルデザイン（UD）を全社を挙げて推進

UDの基本6要素

UD認定商品一覧

ホームページに報告項目に関連する情報がある場合、マークがついています。また、ホームページのみで開示している情報についてもマークがついています。

ユニバーサルデザイン（UD）を全社を挙げて推進

現在、松下グループではUDを推進する際に配慮すべき事項を6項目の基本要素として設定しており、この基本要素をもとに、当社では「UD認定制度」を実施しています。

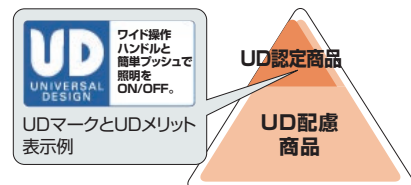
社内基準を満たした商品を「UD配慮商品」と位置づけ、さらにその中で業界初あるいは業界トップレベルのものを「UD認定商品」としています。このUD認定商品には、独自のUDマークとともに、その特長をホームページやカタログなどに表示し、お客様の商品選択の一助としております。

また、このようなUD商品の開発にあたっては、開発者自身が高齢者体験装具などを用い、さまざまなユーザー層の使い勝手を体験することも重視しています。

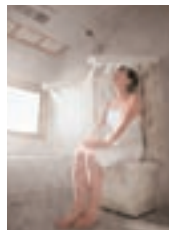
今後も、より多くの人がより使いやすいUD認定商品を創出するために、モニター評価や人間工学的手法により、お客様視点での商品開発を進めていきます。

妊婦体験風景

高齢者体験風景

「UD認定商品」と「UD配慮商品」の位置づけ

2005年度UD認定商品の一例

システムバスルーム「イーユ」

「ゲンキ浴シャワー」で、座った姿勢で身体への負担が少なく、お年寄りにもやさしい入浴ができます。

システムキッチン「フィットアイ」

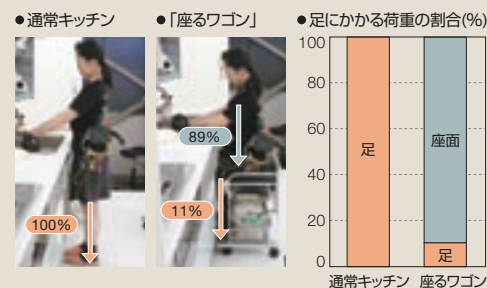
「座るワゴン」で、座って下ごしらえや、調理・後片付けができ、足腰への負担を軽減します。

低誘虫照明器具「ムシベール」

カバーに虫を誘う光の波長をカットする加工を施しているので、虫が集まらずメンテナンスが少なくてすみます。

通常キッチンと座るワゴンでの足にかかる荷重を比較

システムキッチン「フィットアイ」の開発では、動作解析や圧力分布解析などの人間工学的手法により、「座るワゴン」の足にかかる荷重を定量化し、その有効性を明確にしました。

用語解説

ユニバーサルデザイン（UD）
年齢や性別、障がいの有無などにかかわらず、すべての人が利用可能であることをめざしたデザイン。またはそのようなデザインをすること。

資材調達

「公明正大な取引」を基本方針として、グローバルでオープンな調達をすすめ、調達先様の公平な評価・選定に努めています。
また、法令順守や、品質・コスト・納期といった要素はもちろん、環境にも配慮した調達を行っています。

ホームページもご覧ください

http://www.mew.co.jp/corp/csr/social/index.html

資料調達

公明正大な取引を基本に

購買基本方針

ホームページに報告項目に関連する情報がある場合、マークがついています。また、ホームページのみで開示している情報についてもマークがついています。

公明正大な取引を基本に

当社は創業以来継承してきた経営理念の中に心構えのよりどころとして「松下電工の遵奉すべき精神」があり、ここに「公明正大の精神」が明記されています。調達活動においてもこの考え方に基づいて、「公明正大な取引」を基本としてグローバルに広がる調達先様に対して取引機会の均等を図り、公平かつ公正な取引を心がけています。

資材調達活動

2005年度に当社は原材料や加工部品などを約5,400社から調達し、購入金額は約5,400億円に達します。そのためより効率的な調達をめざし、集中契約・購入などを実施し、コストダウン、材料在庫の削減などに取り組んでいます。

調達先様の公正な評価・選定

物品・サービスの調達にあたっては、法令・社会規範の順守、当社の経営理念や行動基準への賛同に加えて、品質、環境対応、価格、技術開発、納期、経営などの総合的判断から調達先様の評価・選定をしています。

こうした当社の購買基本方針は、ホームページ上でも開示しています。

オープン調達※を実施

お客様に、より魅力的で快適な生活環境をお届けし続けるためには、ベストパートナーを常に広く求め、パートナーシップのさらなる強化に努めています。

購買基本方針

1. 結局は品質
「結局は品質（クオリティファースト）」を基本に、お客様から信頼される製品・サービスの提供を実現するため、調達先様と共に品質の維持向上に努めます。

2. 環境との調和
地球環境保護の観点から、省エネ・省資源、有害物質を含まないなど、環境負荷の少ない材料、部品の購入に努めます。

3. 適正な価格
製品・サービスの価格はお客様が評価されます。
お客様にご満足いただける価格を、調達先様との信頼関係に基づき共に達成する努力をしつづけます。

4. 新技術開発での協業
その時々のニーズを実現するために、最もふさわしい技術を調達先様と共に開発し、双方にとってのベストパートナーをめざします。

5. 納期への対応
調達先様の納期対応と安定供給のもと、需要家の皆様のニーズに柔軟な対応に努めます。

用語解説

オープン調達
原材料や資材などを調達する際、ホームページ上などで購買条件を公開し、既存の取引実績の有無に関わらず、調達先を決定する方法のこと。

労働安全衛生・人権

従業員がやりがいを持って働いてこそ、企業はその社会的責任を果たすことができます。わたしたちは、従業員の人権や多様性に配慮しながら、本人のやる気や意思に応じた能力向上を支援し、さまざまな活躍の場を提供しています。

ホームページに報告項目に関連する情報がある場合、■マークがついています。また、ホームページのみで開示している情報についても■マークがついています。

用語解説

イントラネット
インターネットと同様の技術を利用し、企業内など限定した範囲で構築されたコンピュータネットワークのこと。

eラーニング
情報技術（IT）を利用した教育システム、またはそのようなシステムを用いて教育を行うことをいう。

多様性マネジメント
性別、人種、年齢、障がいの有無、国籍、職務、ライフスタイルなど、それぞれが持つ多様性を尊重しながら、組織の目的を達成するための管理手法をいう。

生活習慣病
食事や運動の習慣、飲酒、喫煙をはじめとする生活習慣が主な要因となって、発症したり、進行したりする病気の総称。

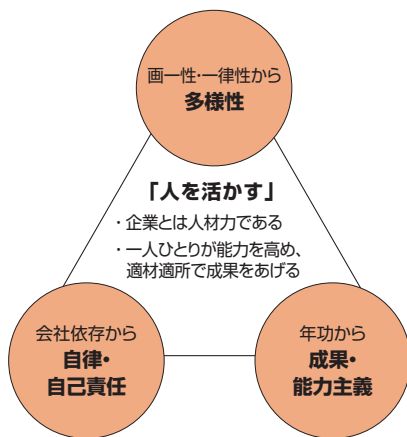
メンタルヘルスケア
従業員自身の力だけでは取り除くことができないストレス要因を除去し、労働環境を改善することで、従業員の心の健康づくりをめざす、企業の取り組みのこと。

臨床心理士
臨床心理学の知識と技法を用いて、心の問題の解決にあたる専門家。（財）日本臨床心理士資格認定協会が実施する試験に合格した資格認定者をいう。

人事の基本方針

「従業員はそれぞれの持つ能力や専門性を存分に発揮し自己実現をめざす」一方、「会社は従業員の個性と意欲を尊重しグローバルに活躍の場を提供する」といういわば従業員と会社の自立した関係を通じて、当社は経営理念を実践しています。

特に、ライフスタイルや価値観が多様化する現在、「モノをつくる前に、ヒトをつくる」という創業以来の考え方を基本に、"自分の進む道は自分で決める"ということを制度化し、また"新たな能力を身につけたい"というやる気を支援するプログラムなどを設けています。

■ 人事の基本理念とスタンス

従業員とのコミュニケーション

当社は、従業員一人ひとりの働き方やキャリアアップの支援のための対話を重視しています。

上司と部下が1対1で年2回の面談を行う「1・1・2面接」制度もその一環であり、仕事の目標設定や、目標達成のための計画づくりに役立っています。

このほかにも、年1回全従業員を対象とした意識調査を実施しています。

多彩な人材育成プログラム

当社は、従業員一人ひとりの能力向上を支援するために、教育研修にも力を入れています。

2005年度は延べ13,000人が各種教育を受講しました。また、社内のイントラネット※を利用したeラーニング※研修も多数行っています。

主な人材育成プログラム

- 新入社員研修
- 企画実践力開発研修
- マネジメント行動開発研修
- 経営理念研修
- 戦略経営力開発研修

人権に対する意識向上

個人の人格および人権を尊重し、差別的取り扱いがない職場づくりを進めるため、人権問題に関する意識啓発活動を行っています。毎年12月の人権週間では人権問題の専門家に人権問題に関するご講演をいただいています。2005年度は「企業人の倫理と人権」"今あらためて人権を問う"をテーマにお話をいただき、衛星通信を使って全国の営業所・工場でも放映しました。

また、当社は人権尊重の精神のもと、強制労働や児童労働に関する各国・地域の法令を順守しています。

人権講演会

多様性が発揮される職場づくり

当社は、性別や年齢、国籍、民族、障がいの有無などを超えて、すべての人々の多様な個性や価値観を認めて、伸長させる組織をめざして、多様性（ダイバシティ）マネジメント※に取り組んでいます。

（19ページ参照）

高齢者雇用の拡大

従来から、100%出資子会社の株式会社アロービジネスメイツを通じて、組合員の約90%を老齢厚生年金満額受給年齢まで再雇用していましたが、2006年4月1日以降は、希望者は原則100%再雇用としました。本人の意向を尊重して、通常勤務や週3日勤務など、さまざまな勤務形態を準備しています。

障がい者雇用の拡大

当社は障がいのある方々が社会的自立を実現できるよう、働きやすい職場環境の整備に努めています。

2006年3月現在、当社単体で228名がさまざまな職場で活躍しています。なお、障がい者雇用率は2.35%で、法定雇用率の1.8%を大きく上回っています。

2005年9月にはこのような当社の取り組みが評価され、2年連続で大阪府ハートフル企業顕彰制度の「ハートフル企業分野賞」を受賞しました。

日本国外法人での現地化を推進

グローバルに事業を展開する当社グループでは、連結従業員の約35%が国外連結会社の従業員です。国外関係会社については、現地の経済に貢献するために、現地の人々を積極的に採用するとともに、現地従業員を管理職に登用し現地化を進めています。

なお、2005年度の国外従業員数は前年度に比べて6%増え17,328名となりました。

松下電工創研の取り組み

株式会社松下電工創研では、定年退職者を再雇用し、当社の関係会社を中心に、製造部門に対してはモノづくりの技術指導、営業部門に対してはマネジメント研修や業務改善指導を行ってきました。現在は、当社関係会社以外にもサービス提供の範囲を広げ、海外にも技術指導に出向いています。

今後も、モノづくりの技術・技能や営業ノウハウを有する高齢者の知識や経験を活用していくために、意欲的な高齢者に活躍の場を提供していきます。

滋賀松下電工の取り組み

重度障がい者多数雇用事業者（第三セクター方式）である滋賀松下電工株式会社では、電器事業本部で扱うシェーバーやマッサージ椅子などに使用する電器機能部品を製造・販売しています。2004年には、電器機能部品の累計生産2,000万個を達成するなど全員参加で経営の自立に挑戦しています。

今後も、「社員一人ひとりが主役です」をモットーに、障がい者と健常者が一体となって、やりがい、生きがいを感じられる職場づくりをめざしていきます。

滋賀松下電工

多様なライフスタイルを支援

育児休業制度や介護休業制度、ボランティア休業制度のほか、多様なライフスタイルを支援する各種制度を設けています。

各種制度（抜粋）

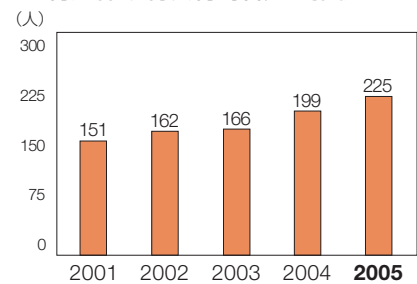
●**チャレンジライフ制度**
長期継続的な雇用を基本としながらも、独立自営やボランティア活動への参加など、新しい人生にチャレンジしたいという社員をサポートします。

●**短時間フレキシブル勤務制度**※
主にスタッフ部門の社員を対象に、各人の生活環境の違いに配慮し、勤務を継続できるようにする1日の労働時間に柔軟性を持たせた短時間勤務制度です。

●**部分在宅みなし勤務制度**※
育児、介護のためにフルタイムで働きづらい期間においても、仕事との両立を行いやすくするために、勤務時間の一部を自宅で勤務することを認める制度です。

●**再雇用支援制度**※
出産、育児、介護を理由として退職した正社員に対して、会社としての求人ニーズがあり、本人の適性がある場合、退職後の期間を限定したうえで、正社員として再雇用する制度です。

※は2006年4月1日から導入

■ 育児休業制度利用者数の推移

労働安全衛生の基本方針

松下電工総合安全管理基本方針を制定し、当社と国内100%出資の製造連結会社を事業場および会社の管理単位に分けて活動に取り組んでいます。

総合安全管理活動は企業経営の基盤という考えをもとに、従業員の安全と、心と身体の健康維持を図っています。

■ 松下電工総合安全管理基本方針

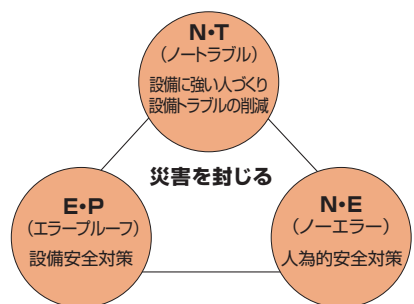
理念
松下電工の経営理念と安全衛生マネジメントシステム(労働省告示第53号)の構築により「社員の安全と心身の健康を維持増進し、地域に配慮した安全で健康な働きやすい快適職場環境の形成」を図る

2005年度総合安全管理方針
スローガン
「リスク改善で勝ち取ろう 健康職場とゼロ災害」

安全管理の3本柱という考え方で

安全管理で大切なのは、「人」と「設備」と「人的ミスをカバーする設備対策」です。

この3本柱は、1973年から安全の基本方針として打ち出され、現在でも当社の安全管理の基本となっています。

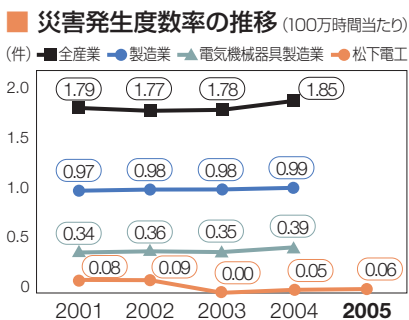
■ 安全管理の三本柱

N·E: 安全ルールの順守、安全教育の強化
E·P: エラーしても怪我しない安全な設備づくり
N·T: メンテナンスなどによる設備トラブルの削減

労働安全の管理

2001年度から労働安全衛生マネジメントシステムの構築を推進しており、災害発生件数の根絶に努めています。

現場では、安全のための7つの行動として、「段取りを考える」「点検する」「周囲を確認する」「合図をおくる」「正しく使用する」「近道行動をやめる」「整理する」を実践しています。

また、発生してしまった災害については、原因や状況などを社内データベースに蓄積・公開し、類似災害の防止に努めています。

■ 災害発生度数率の推移 (100万時間当たり)

事業所ごとのさまざまな取り組み

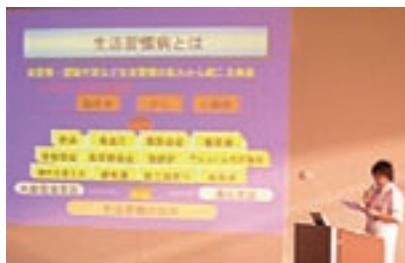
安全管理組織や管理監督者を中心とした、職場の安全点検や消防避難訓練、大規模地震を想定した訓練などを事業所ごとに年3回実施しています。

また、事業所ごとに6カ月に1度、安全衛生環境大会などを実施し、安全衛生の徹底を図っています。

本社での放水風景

従業員の健康管理

わが国では、生活習慣病の増加が社会的問題となっています。特に「運動不足」や「過食」などが原因となる肥満は生活習慣病※の元凶ともいわれています。また、ストレスの多い現在、職場におけるメンタルヘルスケア※の重要性も年々高まっています。

そこで、当社では2001年度から、"明るく、イキイキ、積極的に、仕事や生活に取り組める状態"をめざして、「健康松下21運動」を展開しています。2005年度も、禁煙教育や分煙化、肥満対策などの活動を通じて健康づくりに取り組みました。

健康講習会

メンタルヘルスケアへの取り組み

「健康松下21運動」のなかでも、「心の健康」確保は重点項目であり、管理監督者には「積極的に部下の声に耳を傾ける」ための講習を、一般社員には「ストレスに耐える力を強くする」ための研修を行うなど、全社レベルでメンタル疾患の予防に努めています。

また、誰もが気軽に相談できるように「カウンセリングルーム」を全国19カ所に設置し、臨床心理士※が面談や電話でプライバシーを厳守したうえで相談に応じています。

休業者の職場復帰にあたっては、医師、人事部門、上司で一体となってサポートしています。

情報セキュリティ

お客様や取引先からお預かりした情報を適正に管理するため、情報セキュリティを強化しています。
2005年度は内部監査の結果、重大な不適合はありませんでした。2006年度は内部監査の対象範囲をグループ全体に拡大します。

ホームページもご覧ください
http://www.mew.co.jp/corp/csr/social/index.html
情報セキュリティ
個人情報保護への取り組み
お客様の個人情報のお取り扱いについて(個人情報保護方針)
ホームページに報告項目に関連する情報がある場合、マークがついています。また、ホームページのみで開示している情報についてもマークがついています。

情報セキュリティの基本方針

情報は重要な経営資源の1つであり、効率的に事業活動に活用する必要がある一方、情報の中には機密情報が含まれます。それら機密情報を適正に管理することは企業にとって重要な社会的責任の1つです。

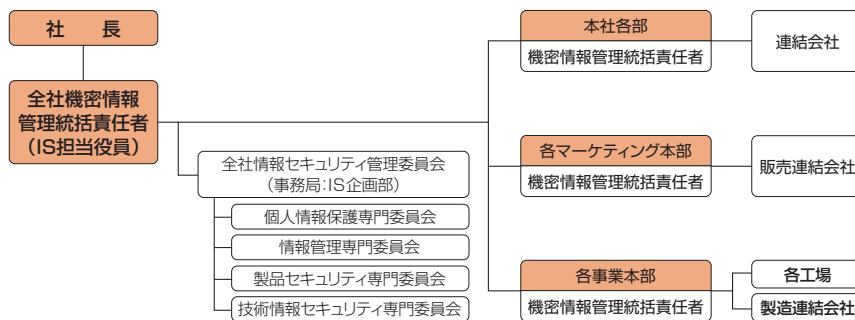
こうした認識のもと、当社はお客様や取引先様から一層の信頼を得られるよう情報セキュリティを強化していきます。

情報セキュリティ推進体制

CSO※(全社機密情報管理統括責任者)を委員長とした全社情報セキュリティ管理委員会を設け、情報セキュリティに関するトラブルの未然防止やトラブル発生時の迅速かつ誠実な対応を行っています。

現在、事業所における情報セキュリティ委員会をはじめ、各職場、国内外の連結会社に情報セキュリティ担当を配置しています。

2005年度は、当社の136カ所の事業所と連結対象会社1社で内部監査※を実施した結果、重大な不適合はありませんでした。2006年度は当社に加えて連結会社でも内部監査を実施する計画です。

■ 機密情報管理組織図

※ 海外の関連会社については、各海外拠点(会社、駐在事務所など)の責任者が担当拠点における管理責任を負う。

個人情報保護への取り組み

2005年4月に個人情報保護方針を制定し、ホームページ上で公開しています。(2006年5月改定)

ショウルームやホームページなどで入手したお客様の個人情報は、情報へのアクセス権限者を限定して厳密に管理しています。すべての役員・従業員に対して、個人情報保護方針カードを配布したり、eラーニングを使った研修やテストを実施するなど、意識啓発に努めています。

プライバシーマーク※については、審査機関による現地審査の受審を終え、2006年上期中の取得を目標として取り組んでいます。2006年度は個人情報を取り扱う連結会社の認定取得にも積極的に取り組んでいく予定です。

機密情報の保護

当社は企業のお客様にも商品を提供しており、取引時に入手したお客様の機密情報を保護する責任があります。

そこで、2001年3月に情報管理基本規程を制定し、情報管理を徹底するとともに、教育研修の機会を通じてすべての役員・従業員の意識啓発に取り組んでいます。

用語解説

CSO
Chief Security Officerの略。

内部監査
他の業務部門から独立した立場で、「合法性」「合理性」の観点から、経営活動の適切性を調査・評価し、改善に向けた助言を実施する経営の監視機能をいう。
最近は、企業経営のモニタリング機能として内部監査への注目度が高まる傾向にあり、公認会計士監査、監査役監査とともに、目的別の監査を強化する企業が増えている。

プライバシーマーク
(財)日本情報処理開発協会が、個人情報保護体制を適正に整備していると認めた事業者に付与するマーク。
マークが付与された事業者は、ホームページなどにマークを表示することが許可されており、消費者が個人情報を提供する際の目安とすることができる。

企業市民活動

わたしたちは、『「より良き社会」の実現をめざす』を基本方針に、良き企業市民として、
グループをあげて社会貢献活動に取り組んでいます。2005年度は、特に本業と関連の深い分野での社会貢献活動に注力しました。

ホームページもご覧ください

http://www.mew.co.jp/corp/csr/social/index.html

企業市民活動

- さまざまな社会貢献活動
- 琵琶湖のヨシ刈りボランティア
- 子供の森計画への参加
- カンボジアへの井戸支援活動
- 子供向け環境教育ツールのHP掲載
- 各事業所近辺への植樹・清掃活動

ホームページに報告項目に関連する情報がある場合、マークがついています。また、ホームページのみで開示している情報についてもマークがついています。

社会貢献に関する基本方針

『松下電工グループは「良き企業市民」として、グループ全体で社会貢献に取り組み「より良き社会」の実現をめざす』を基本方針に、グループをあげて社会貢献活動に取り組んでいます。

2005年度は、「緑の恩返し」として、アジア諸国での植林活動を実施。従業員ボランティアによる富士山での植林活動なども行いました。また松下経営理念である"モノをつくる前に、ヒトをつくる"を継承し、当社の得意分野でもあるものづくり技能を学生に伝承するデュアルシステム(当社インフラを活用しての指導育成)などを実施しました(21ページ参照)。

多方面への寄付・支援

より良き社会の実現をめざし、さまざまな分野に対する寄付活動を行っています。

また、従業員の募金と同額以上を寄贈するマッチングギフト方式※による大規模災害発生時の義援金拠出の仕組みを構築しました。2005年度はこの仕組みを利用して、「ハリケーン・カトリーナ」「パキスタン地震」の被害に対して、それぞれ700万円(従業員募金含む)の義援金を贈りました。

パキスタン地震義援金をUNHCR(国連難民高等弁務官)駐日事務所に寄贈

■ 社会貢献に関する基本方針

ありたい姿

松下電工グループは「良き企業市民」として
グループ全体として社会貢献に取り組み「より良き社会」の実現をめざす

活動方針

1. 良き企業市民づくり→グループ従業員の自覚と実践を通じた社会貢献活動を支援
2. より良き社会の実現→社会との共存共栄をはかる企業文化・風土を醸成

1.良き企業市民づくり
(松下電工グループ内への働きかけ)

環境インフラ構築

■企業風土改革
- 社内外への社会貢献情報開示
- 従業員意識調査の公開

■従業員意識醸成
- 各種休暇制度の紹介
- Hunionボランティアクラブ※との連携

※ 労働組合の友愛事業活動を行う組織

2.より良き社会の実現
(社会への働きかけ)

社会貢献・共生

■地域社会との共生・貢献
- ボランティア活動、植林活動
- 地域文化、風土の尊重
- グループインフラの有効活用

■NPO法人との連携
- OB社員によるNPO活動
- 当社グループと志を同じくする諸団体

用語解説

マッチングギフト方式の寄付
企業の行う「マッチングギフト方式の寄付」とは、企業が従業員や消費者などと一緒になって寄付活動を行うこと。典型的な例として、従業員から募った寄付金に、企業が社内規則に準じた上乗せをし、寄付金を増額する方式がある。

NGO
Nongovernmental Organizationの略。非政府組織と訳され、政府間の協定によらずに創立された民間の国際協力組織。国連の経済社会理事会が認定したこのような団体を国連NGOと呼ぶ。

NPO
Nonprofit Organizationの略。利益を追求せずに活動する団体、非営利組織。政府や私企業とは独立した存在として、市民・民間の支援のもとで社会的な公益活動を行う組織・団体。

■ 寄付のジャンル別内訳

NGO・NPO※との連携

2001年から、木質材料の資源調達先であるアジア諸国へ「緑の恩返し」として、植林活動を行ってきました。2005年度からはNPO「グリーン・ソリューションズ」と連携して取り組みを強化しました。2005年度はタイ、インドネシア、フィリピン、マレーシア、ベトナムの合計32.4haに48,900本を植樹。これにより累計本数は5カ国11地域に約15.5万本(植林面積108ha)になりました。

「グリーン・ソリューションズ」は、次の世代が樹々に親しみながら学ぶ環境が重要と考え、学校の校舎と学校林をセットにして寄贈しており、当社グループもこの活動に共感し、支援しています。

グリーン・ソリューションズの活動

地域との交流

近隣学校での環境教育

パナソニック電工メキシコ株式会社では、社員が近隣の小学校を訪問し、子供たちに水の大切さや、省エネ、ごみ削減などによる地球環境保全の重要性を教えています。

2005年度は子供たちと一緒に植林活動をし、工場での廃棄物を利用して作った人形を子供たちにプレゼントしました。

パナソニック電工メキシコの活動

工場構内の開放や見学会

当社米原工場、郡山松下電工株式会社本社工場では構内を地域の方に開放し構内の桜を見物していただきました。米原工場には約700人、郡山松下電工には約1,100人の方々が訪れ、桜を楽しみました。

このほかにも定期的に地域の皆様に工場の見学会などを開催しています。津工場では従業員の家族を対象にした見学会を実施。彦根工場では2006年4月に従業員の子供たち(小学校6年生)と一緒に工場実習を行い、電動歯ブラシを製作しました。

子供たちの工場実習(彦根工場)

さまざまな社会貢献活動

ボランティア休暇の取得促進

公的機関における老人介護などの社会福祉活動などボランティア休業を希望する社員に対し、1ヵ月以上1年以内(青年海外協力隊の場合は2年)のボランティア休業制度があります。2005年度は当社社員がインドネシアで青年海外協力隊員としてボランティア活動を行いました。

ECO Hunion(ヒュニオン)運動

労働組合が主体となり、地球環境を守るために全従業員が参加できる運動(ECO Hunion運動)を展開しています。

リサイクル運動や自然環境保護活動、環境家計簿などを行っており、2005年度も富士山火山荒地での植林や琵琶湖の水質保全活動(ヨシ刈り)などに取り組みました。

富士山での植林活動

緑化活動

当社グループでは工場の緑化を推進しています。ナショナル建材工業株式会社では870m²に5,500万本のブナやつつじなどを植樹。今後は従業員参加による植林活動を進めていきます。

ナショナル建材工業での植樹

環境ビジョン

2006年4月、松下電工グループ環境方針を改定。生活の質の向上と環境配慮を追求する姿勢をいっそう明確にし、「新たなくらし価値創造」の取り組みを強化しています。

ホームページに報告項目に関連する情報がある場合、マークがついています。また、ホームページのみで開示している情報についてもマークがついています。

松下電工地球環境憲章

1992年に松下電工地球環境憲章を制定し、当社の環境取り組みの基本理念を述べています。この憲章では、地球と共生しながら持続的に発展し続けるために、地球環境保護について社員のとるべき行動の規範を明確にしています。

松下電工グループ環境方針

「松下電工地球環境憲章」を受けて、1996年10月に環境方針を制定しました。

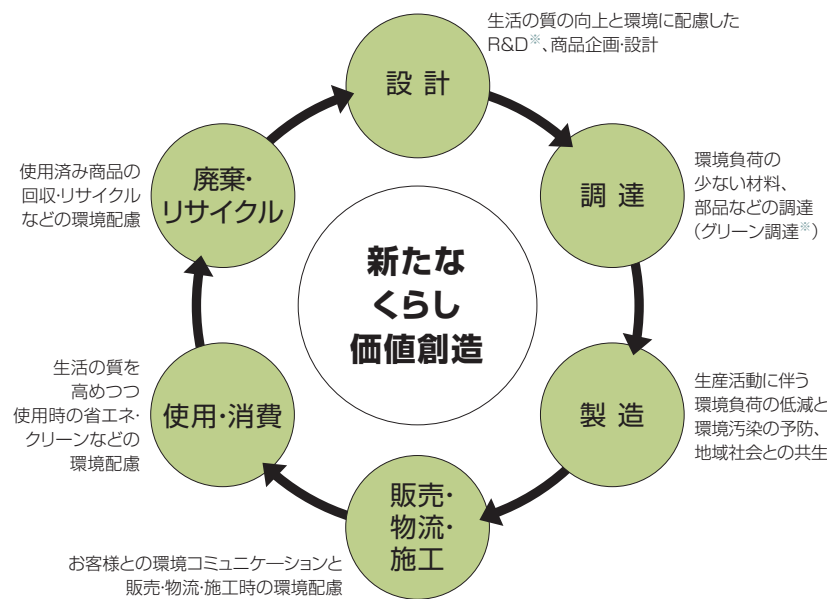
2006年4月の改定では、生活の質の向上と環境配慮が両立する「新たなくらし価値創造」を追求することなどを明記しました。

■ 松下電工グループ環境方針

理 念

松下電工地球環境憲章に基づき、地球環境との共生を果たし持続的発展が可能な社会の実現に貢献します。

行動指針

私たちは、生活の質の向上と環境配慮が両立する『新たなくらし価値創造』を追求します。商品のライフサイクル※すべてにおいて、環境への負荷を減少させつつ生活の質を高める商品やサービスの提供に取り組みます。そのために、全社環境マネジメントシステムの改善を図りながら持続的発展が可能な社会の実現に向けて行動します。

1. 環境方針の実現のため環境目的・目標を定めて推進します。
2. 環境関連法規制並びに関連する団体などと同意した環境配慮事項を遵守します。
3. 環境に関する教育や啓発活動に努めます。
4. 国や地域その他関連団体の活動・行事への協力・支援を通じ社会貢献に努めます。
5. 環境に関する情報開示に努めます。

用語解説

商品のライフサイクル
商品が生まれ、使用・消費され、廃棄あるいはリサイクルされて、その使命を終えるまでを「商品のライフサイクル」と呼ぶ。
環境保全にあたっては、商品のライフサイクルの各段階で、環境への負荷を低減することが大切である。

R&D
「Research and Development」の略語で、「研究開発」のこと。

グリーン調達
価格、品質、納期だけでなく、「環境への配慮」の視点を調達基準に含めて、調達先や資材を選ぶこと。
調達先を取り込んだ形で環境保全活動を進めることができるうえ、商品のライフサイクルにおいて、調達段階での環境負荷の低減を図る効果もある。

「家まるごと」をテーマに「新たなくらし価値」を創造

松下グループ（松下電器産業、パナホーム、松下電工）はコラボレーションにより機器単体ではなく、家まるごとでお客様に貢献できると考えています。

生活の質を高めるとともに、環境への影響を限りなく減らしていくこと――この2つを両立させることは可能であり、そこに新しい価値があると私たちは確信しています。この「新たなくらし価値」の創造に全力で取り組みながら、「家まるごとエコ」を実現するグローバルエクセレントカンパニーをめざします。

またこれらの「新たなくらし価値」を評価する指標として、「ファクターX」を導入しました。

「新たなくらし価値」を評価する指標ファクターXを高める

ファクターXとは、「製品・サービス価値」の向上（生活の質の向上）を分子に、「環境への影響」の低減を分母とする数式で表します。つまり、ファクターXの値が大きいほど、生活を豊かにし、地球環境との共存を実現するといえます。

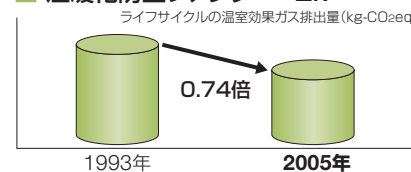
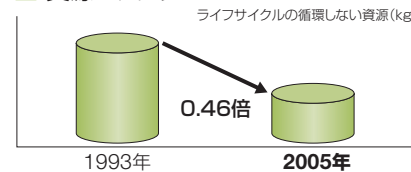
しかし、いくら個々の商品のファクターXが向上したとしても、家庭全体で使用台数や種類が増えて、トータルの環境負荷が増大しては意味がありません。そこで松下グループでは、さらに「家まるごとファクター」という指標を開発しました。これは、家全体で「生活の質の向上」と「環境への影響」で「新たなくらし価値」を評価することです。2010年度までに1990年度の商品と比較して、温暖化防止ファクターを5、資源ファクターを3にすることをめざします。

2005年度は、当社主要40商品に関して分析・評価を完了しました。

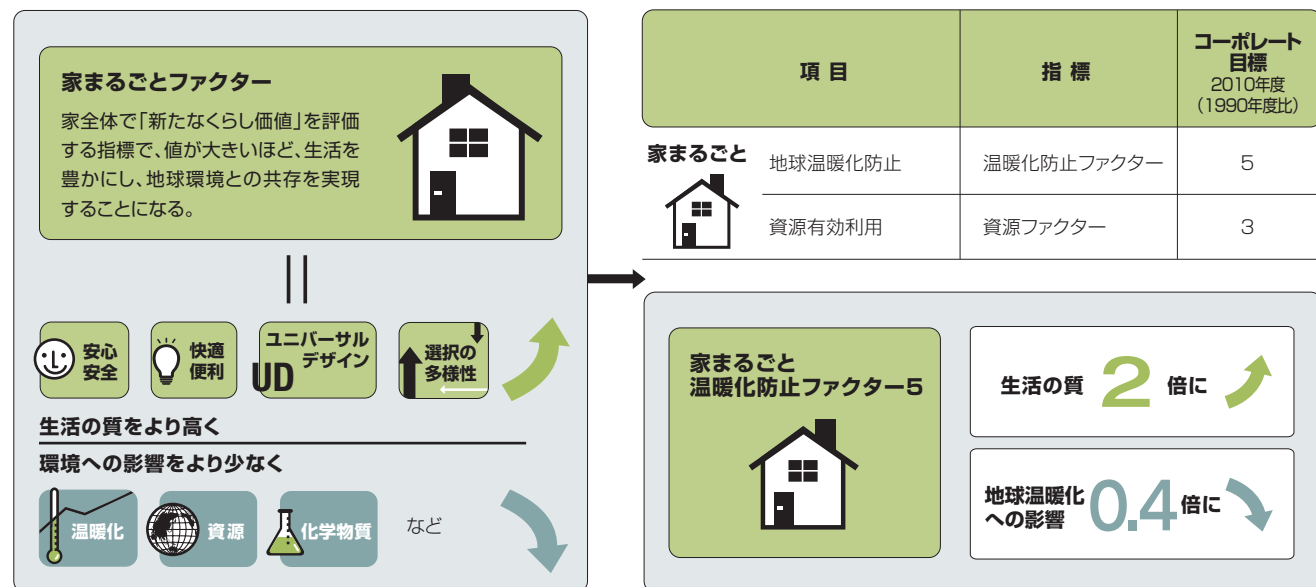
スポットライト ツインPa照明器具のファクターX算出例

明るさが10%～100%まで調節でき、音声ガイドで省エネ度や蛍光灯の取替え時期をお知らせする機能が付いた「ツインPa HFA8220KC」。1993年商品と比較して、同じ消費電力で明るさが約2倍になりました。

ツインPa照明器具（HFA8220KC）

■ 温暖化防止ファクター：2.7

■ 資源ファクター：4.3

基準商品：銅鉄30W×4丸管シャンデリア（HM448AT）
商品寿命は同等、商品機能は2倍で計算

■「新たなくらし価値」の指標：ファクターX

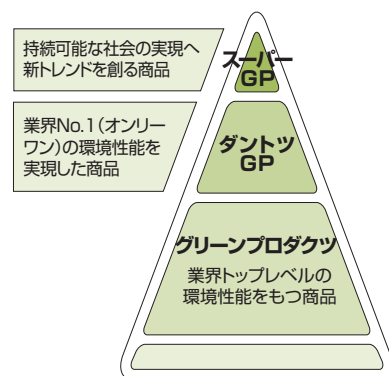
項 目		指 標	コーポレート目標 2010年度（1990年度比）
家まるごと	地球温暖化防止	温暖化防止ファクター	5
	資源有効利用	資源ファクター	3

環境・プロダクツ&サービス

「省エネ」「省資源」「クリーン」に配慮した商品を開発・販売し、商品のライフサイクル全体で生じる環境負荷を低減する商品開発に取り組んでいます。2005年度は、業界No.1の環境性能を実現した「ダントツGP」が11商品誕生しました。

ホームページに報告項目に関連する情報がある場合、マークがついています。また、ホームページのみで開示している情報についてもマークがついています。

環境配慮型商品のなかで、「ダントツGP」を認定

省エネ・省資源・クリーンに配慮し、業界トップレベルの環境性能をもつ商品を「グリーンプロダクツ(GP)」として社長決裁により認定しています。グリーンプロダクツには自己宣言型の環境ラベルをカタログなどに表示し、環境面での商品特徴を明示しています。さらに業界No.1(オンリーワン)の環境性能を実現した商品を「ダントツGP」、持続可能な社会の実現に向けて新たなトレンドを創る商品を「スーパーGP」と位置付け、その創出をめざしています。2005年度は、ダントツGP 11商品群を認定しました。

グリーンプロダクツの考え方

グリーンプロダクツの販売比率が向上

現在、グリーンプロダクツの販売比率に関する項目を各部門の業績評価に反映させており、各部門ともグリーンプロダクツの創出に積極的に取り組んでいます。

2005年度は業界トップレベルの環境性能を有する商品の販売比率が50.5%と初めて半数以上になりました。今後は2006年度に55%、2010年度に70%以上のグリーンプロダクツ販売比率をめざします。

グリーンプロダクツの販売比率の推移

2005年度ダントツGP認定商品群

- SmartLighting Eco タイマーセルコンシリーズ
- アルカリイオン整水器
- エバーライトシリーズ
- 高圧水洗浄オフィスリサイクルサービス
- タンクレストイレ「エシェル・セオ」
- ハロゲンフリープリント配線板材料(CEM3)
- 高機能配線ダクト「プラスコンシステム」
- ワイヤリングフロアFPR3000/FPZ3000
- プログラマブル表示器GT11シリーズ
- マッサージ椅子「リアルプロX」
- 光・めざましシーリング ASSA

ワイヤリングフロア FPR3000/FPZ3000
原料にPET再生フレークを100%使用した満配線方式のワイヤリングフロアです。

タンクレストイレ「エシェル・セオ」
10年前に比べて、約62%の節電、約60%の節水を実現しています。(当社比)

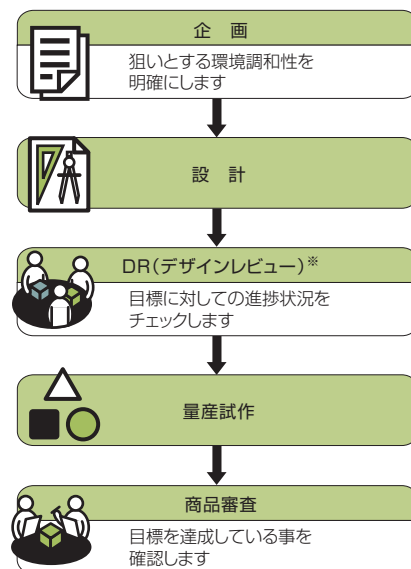
用語解説

DR(デザインレビュー)
商品の設計段階において、さまざまな部門の担当者が設計図や仕様書などを客観的に評価し、商品の品質が目標とする基準を満たすかどうか討議すること。

設計段階での商品環境アセスメント

商品が環境に与える影響を評価する商品環境アセスメントを商品企画・設計段階で複数回実施しています。この制度は全事業部の新商品開発管理フローに明記され運用されています。

また、アセスメント・チェックシートなどをイントラネット上に掲載し、担当者がダウンロードして活用できるようにしています。

商品環境アセスメントのフロー

照明器具のキャンペーンで環境保全活動

スポットライト

2005年4月から2006年3月の期間中にご採用いただいた環境配慮型省エネ照明器具の台数に応じて植樹を行う「緑いっぱい省エネ スペックインキャンペーン」を実施。これは、環境NPO「緑の地球ネットワーク」を通じて、松の苗木などを砂漠化が進む中国の黄土高原に植樹するもので、今回は7.6万本(23ha)、2003年度からの累計で26.2万本(79ha)を植樹しました。

LCA(ライフ・サイクル・アセスメント)

商品環境アセスメントとは別に、商品の素材製造から廃棄・リサイクルに至るまでの環境負荷を定量的に把握し、新商品企画・設計時の材料選定などに活用するためLCA(ライフ・サイクル・アセスメント)も実施しています。社内において、グリーンプロダクツの認定評価時にこのLCAの結果も考慮しています。

また、LCAの社内での普及・定着を促進するため、研修を行うとともにCO_2、NOx、SOxなど各種データベースをイントラネット上に掲載し、商品企画・設計者が活用できるようにしています。

設計・開発担当者への教育研修

研究開発、商品企画・設計、生産技術などに携わる社員を対象に「環境問題と製品設計のあり方」や「LCAセミナー」といった研修を実施しています。

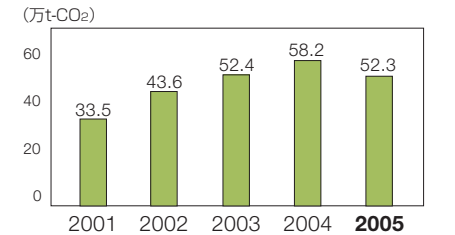
2005年度は、それぞれに230名、17名が参加し、地球環境の現状や当社の環境基本理念、設計開発場面での環境配慮などをテーマに学びました。

商品を通じた地球温暖化防止

家庭や事務所などで使用される商品の消費エネルギーを削減することで、地球温暖化防止に大きく貢献できると考え、省エネ商品の創出を進めています。省エネ法特定機器である照明器具、ガス調理器は省エネ目標値を達成しています。また、待機時消費電力の削減も進めており、2005年度はインターホン、マッサージ椅子、アルカリイオン整水器などの新商品については、待機時消費電力1W以下となる技術を採用しました。

また当社は、省エネ商品をお客様がご利用いただいたことで削減できたエネルギー量を「当社省エネ商品使用による省エネ量」として1996年度から算出しています。2005年度の省エネ量は、事業再編の影響もあって2004年度より減少し、CO_2換算で52.3万tでした。

今後も生活の質を高めながら環境への負荷を低減できるように、省エネ商品の創出を強化していきます。

当社省エネ商品使用による省エネ量推移

・(1台あたりの省エネ量)×(年間販売量)×(年間想定使用時間)
・電力CO_2換算係数=0.12kg-c/kwh(環境省 環境家計簿)

ケナフボードへの取り組み

わずか半年ほどで大きく生育するケナフの成長力とそれに応じたスピードで空気中のCO_2を吸収、固定することに着目し、ケナフを用いた繊維ボードの開発と量産化技術の確立に成功しました。

すでに、マレーシアでケナフ繊維ボードを生産し、日本で販売する事業を行っています。今後も循環型社会の実現に向けたビジネスとして、展開していきます。

ケナフ繊維ボード、繊維シート、パーティクルボード

使用済み商品のリサイクル

2005年8月にEUで施行されたWEEE指令※をはじめとした各国の法律や業界動向を見極め、計画的な対応を推進しています。

WEEE指令への対応は現地のリサイクルスキームを活用し、松下グループとして推進しています。2005年度は、指令対応体制の構築を完了し、具体的に各国への登録、リサイクル費用の負担、マーク表示を開始しました。

環境配慮型包装の推進

当社では梱包材削減の取り組みとして、2001年12月から都心部での再開発プロジェクト向け照明器具の搬入に、無梱包・省梱包システム「Smartエコデリバリーシステム」を導入しています。

2005年度は、業界で初めてマッサージ椅子の「エコ リターナブル※包装・回収システム」を開発し、5月から中部地区で試験運用を開始しました。従来のダンボール包装に比べて必要なエネルギーがCO_2排出量換算で7分の1に削減、また配送先での廃棄物ゼロ化にも貢献します。今後、運用地域を拡大することを検討します。

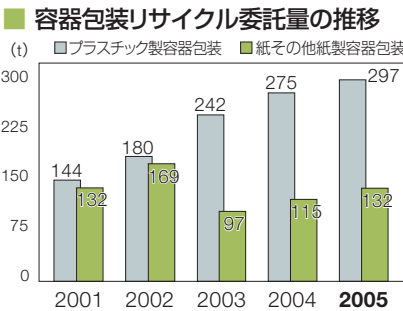
WEEE指令
EU（欧州連合）における法規制で、生産者などに電気電子機器の回収リサイクル体制の構築を義務づけるもの。

リターナブル
繰り返し再利用できるびんを「リターナブルびん」というように、リユース（再利用）できることを示す言葉。

容器包装材のリサイクル義務の履行

容器包装材のリサイクル義務は、市町村で分別回収された容器包装材を指定法人「日本容器包装リサイクル協会」にリサイクル委託する方法で履行しています。

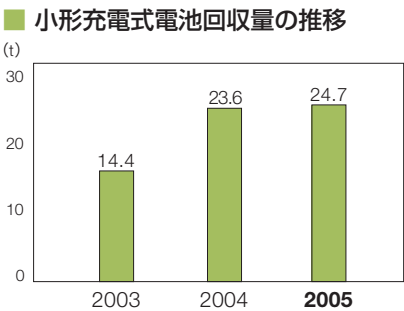
2005年度のリサイクル委託量は以下のとおりです。

容器包装リサイクル委託量の推移

小形充電式電池の回収

誘導灯など小形充電式電池を利用した機器を製造している当社は、電池メーカや他の機器メーカと共に設立した有限責任中間法人JBRCを通じて小形充電式電池の回収・リサイクルに取り組んでいます。

2005年度における当社回収・リサイクル量は24.7tで2004年度から4.5%増加しました。

今後もJBRCを核として回収・リサイクルに取り組むとともに、意識啓発活動を展開していきます。

小形充電式電池回収量の推移

環境配慮型包装事例

マッサージ椅子の「エコ リターナブル包装・回収システム」

1回の使用で廃棄される包装材段ボールを強度・耐久性に優れた高密度ポリエチレンと多数回使用可能な強化段ボールの組み合わせから成る「エコ リターナブル包装・回収システム」に変更し、配送先で開梱後に回収。包装材の再利用と廃棄物の適切な廃棄処分・管理を行います。

左：配送時梱包状態　右：回収時〈エコ リターナブル梱包〉
上：開梱前　下：開梱〈通常の開梱〉

照明器具搬入の無梱包・省梱包システム「Smartエコデリバリーシステム」

中・大型物件への照明器具の搬入に利用されるこのシステムは、建築物や諸条件に応じて最適なデリバリーを行えるよう、3タイプの専用梱包材を開発しました。器具の納品・開梱後は小さく折り畳んで回収できるため、廃材が削減できます。

省梱包・リターナブル梱包（左：搬入時、右：返却準備）

商品含有環境負荷物質の削減

地球環境や人の健康に被害を及ぼす恐れがある物質に対しては、国内外の使用規制動向を配慮しながら、設計段階から商品に含有する環境負荷物質の削減を推進しています。

RoHS指令※対象の特定有害6物質（鉛、水銀、カドミウム、六価クロム、特定臭素系難燃剤2種類）に対しては、「当社商品には、グローバルに特定有害6物質を使用せず、その後も混入しない」を目標として、「入れない」「使わない」「後戻りしない」を実践項目に取り組みました。その結果、2006年3月末時点で、約3,300機種での不使用を達成しました。また環境負荷物質の不使用を維持していくために、「不使用保証ガイドライン」を全事業所に導入し、モノづくりを推進しています。とくに「後戻りしない」仕組みを構築するために、サプライヤ様での部材管理の仕組み・体制を確認する「サプライヤ監査」を実施しています。

2005年度は、対象物質の含有リスクが高い材料を納品しているサプライヤ様を対象に監査を実施しました。今後も継続して実施していきます。

原材料・部品のグリーン調達※

RoHS指令などの環境関連法規制への対応と松下グループとしての活動の整合を図るため、2004年7月に「環境負荷物質管理ランク指針（第3版）」と「グリーン調達基準書（第2版）」を発行しました（2006年度に見直し予定）。この中で、商品を構成する部品、材料などに含有する環境負荷物質について管理レベルを明確にし、取引先様に使用制限を求めています。国内外においてその方針・内容についての説明会を開催し、周知徹底を図っています。

今後は取引先様と連携しながら、商品に含まれる環境負荷物質の含有量の把握と削減、環境品質管理体制の構築をさらに進めていきます。

塩ビ樹脂※の代替化を推進

当社では従来から焼却時に塩化水素ガスの発生、さらにはダイオキシンなどの発生可能性の疑念に配慮して、塩ビ樹脂使用制限に取り組んできました。包装材での塩ビ部材は1992年度に全廃し、2001年度からは電源コード、配線などの塩ビ電線の代替化を中心に取り組んできました。

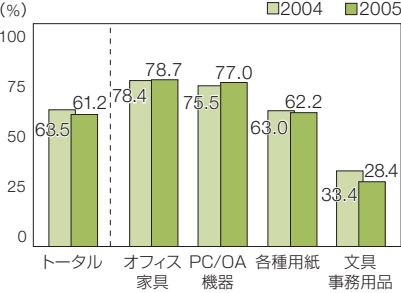
そして2005年1月、これまでの活動を踏まえて、松下グループで塩ビ樹脂の使用規制に関する方針の整合を図り、「2006年4月の新製品から使用制限」を新たな目標としました。現在、ワーキンググループ活動などで塩ビ部材の代替化を進めています。

2005年度は、ワイヤリングフロア、内部配線（照明器具、リレーなど）、電源コード（マッサージ椅子など）、折れ戸ドア枠（バス）などで代替化を実施しました。

オフィス用品のグリーン調達

当社ではオフィス用品などの購入をイントラネットで行っています。その際エコマーク商品やグリーン購入ネットワーク※の登録商品に「エコ表示」（マーク）を貼付し、エコ商品を選択しやすいようにしています。

2005年度のオフィス用品のグリーン調達比率は61.2%となり、2004年度から2.3%減少しました。今後は集計対象を国の特定調達品目に合わせ、イントラネットのカタログにエコ商品を優先して掲載することで、グリーン調達比率を高めていきます。

オフィス用品のグリーン調達比率

RoHS指令
電気・電子機器に、鉛・水銀・カドミウム・六価クロム・ポリ臭化ビフェニル・ポリ臭化ジフェニルエーテルの使用を制限する指令。

グリーン調達
価格、品質、納期だけでなく、「環境への配慮」の視点を調達基準に含めて、調達先や資材を選ぶこと。

塩ビ樹脂
ポリ塩化ビニル樹脂の略称。プラスチックの仲間であり、上下水道用のパイプ、電線被覆、農業用フィルム、医療用器材、生鮮食品の包装材などに利用されている。

グリーン購入ネットワーク
環境への負荷が小さいものを優先的に購入する「グリーン購入」の取り組みを進めるために設立された、企業・行政・消費者のネットワーク。

環境・ファシリティ

わたしたちの大切な地球環境を守るために、事業活動にともなう環境負荷の削減をめざし、
製造・営業・物流の3部門が一体となって、省エネをはじめとする多様な環境保全活動に取り組んでいます。

ホームページに報告項目に関連する情報がある場合、▣マークがついています。また、ホームページのみで開示している情報についても▣マークがついています。

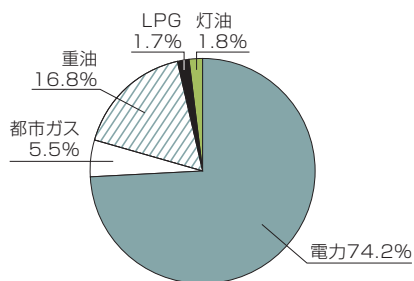
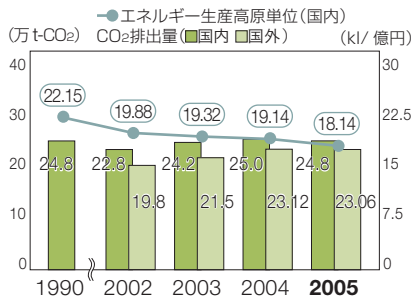
地球温暖化防止

製造部門

地球温暖化防止のためにCO2排出量の削減に努めています。

2005年度は、国内においては各事業部門がそれぞれの省エネルギーテーマを確実に実践したことにより、生産高が前年度比5.0%増加したにもかかわらず、CO2排出量は0.5%、生産高原単位※は5.2%削減できました。国外については、CO2排出量で0.2%削減できました。

2006年度は、グローバル原単位指数を導入し、国内外の省エネルギーの取り組みを強化します。また、2010年度に国内でCO2排出量を1990年度比7%削減し、グローバルで原単位を2000年度比10%削減することをめざします。

■ 使用エネルギー別構成（国内）

■ CO2排出量と
エネルギー生産高原単位

各種エネルギー換算係数について

- CO2換算係数は日本電機工業会の係数を引用。
  但し、電気の換算係数は国内すべての年度において電気事業連合会発表の1990年需要端係数（0.42kg-CO2/kWh）を使用。
  国外の換算係数は当該国の係数を使用。
- 原油換算係数は改正省エネ法の数値を引用。

「チームマイナス6%」活動への取り組み

「チーム・マイナス6%」とは2010年の温室効果ガス排出量の目標値を1990年比マイナス6%とし、これを達成するための政府主導の国民運動の愛称です。

当社はこの活動主旨に賛同し、お客様への呼びかけだけでなく、クールビズやウォームビズ、冷暖房温度の適正化などを実施しました。この活動への取り組みは今後も継続します。

ライトダウン活動への取り組み

地球温暖化防止の取り組みの一つとして、午後8時以降の事業場、宣伝広告用のネオンサインなどを消灯する「ライトダウン活動」を行っています。この活動は、2005年6月19日に全国で実施されたCO2削減／ライトダウンキャンペーン「ブラックイルミネーション2005」の継続活動として、7月21日から開始しました。2005年度は松下電工グループで70.5tのCO2排出量削減効果をあげました。この活動は2006年4月からも1年間継続します。

消灯することによって、施設を利用されるお客様にご迷惑をおかけするような場合など、一部のネオンサインは対象から外しています。

用語解説

ファシリティ
企業などがその活動のために使用する施設、設備、およびその場所を利用する人を取り巻く環境のこと。

生産高原単位
生産単位あたりの物量のことを「生産高原単位」といい、総量を生産単位で除した数で表される。
たとえば「生産原単位でのCO2排出量」とは、一定の生産量（あるいは一定の生産額）単位でのCO2排出量を指す。

モーダルシフト
輸送時における効率化や環境負荷の削減の方策として、トラック輸送から、より環境負荷の小さい鉄道・船舶を利用した輸送へと貨物輸送手段を転換すること。
トラックの排気ガスによる大気汚染の防止、地球温暖化の緩和、道路交通渋滞・騒音の低減などのメリットが期待できる。

エコカー
「エコロジカル・カー」の略。地球温暖化や大気汚染の原因となるCO2、NOx、粒子状物質などの排出を削減した、地球と人にやさしい低公害車のこと。
電気自動車、水素自動車、ソーラー・カー、天然ガス自動車、ハイブリッド車などがある。

営業部門

国内の営業部門においては、営業ビルでのエネルギー消費によるCO2と所有する営業車によるCO2の排出があります。

2003年6月から国内営業部門のエネルギー使用にともなうCO2排出量の把握に努めています。

2005年度は、営業7地区48のビルにおいて、1.6万tとなり、床面積あたりの消費エネルギーは前年度比10.1%削減できました。これは主要拠点ビルに導入したBEMS（ビル・エネルギー・マネジメント・システム）を用いた省エネルギー対策の実施や、クールビズ・ウォームビズに取り組んだ効果によるものです。

物流部門

物流部門においては、「なくす へらす（総輸送量の削減）」「替える（モーダルシフト※などの推進）」「まとめる（共同輸送の利用や積載効率の向上）」「燃費向上（ハイブリッドトラックなどの低公害車の導入）」を基本的な考え方として活動を進めています。

また活動を効率的・効果的に進めるために、物流センターを中心に代理店・現場・消費者までの物流CO2排出量概算値の把握に努めています。

2005年度の排出量は、松下電器産業との事業再編の結果、輸送品目、輸送量ともに増加したため、CO2換算で約7.0万t（松下グループ換算基準に準じて算出）、2004年度比4.5%の増加となりました。

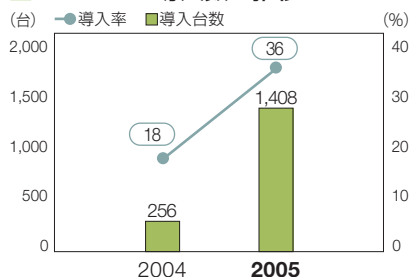
2006年度以降は、CO2排出原単位※を前年度比1%以上削減することを目標に取り組みを強化します。

※CO2排出原単位=CO2排出量／輸送重量

エコカー※の導入

使用する全ての自動車について、2010年までに100%エコカーへ切り替えることを目標に取り組んでいます。

2005年度は対象範囲を販売連結会社などまで拡大し、エコカーの総台数は1,408台、導入率は36%となりました。

■ エコカーの導入数の推移

対象範囲
2004年度　営業地区
2005年度　販売連結会社なども含む

スポットライト

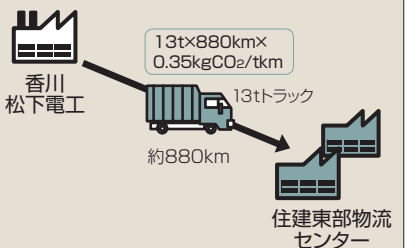
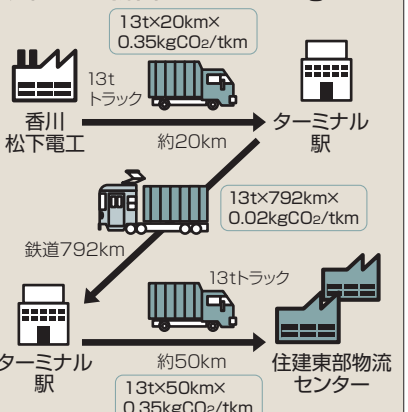
松下電工ビルが「サステナブル建築・住宅賞」の建築部門審査委員会奨励賞を受賞

同賞は財団法人建築環境・省エネルギー機構が主催。松下電工ビルでの照明・空調などの協調制御が大幅な省エネを実現していることや、「ビルごと照明器具」としてオフィス内から漏れるあかりを利用して周辺景観の演出に貢献していることなどが高く評価されました。

松下電工ビル（東京・汐留）

香川松下電工におけるモーダルシフトの取り組み

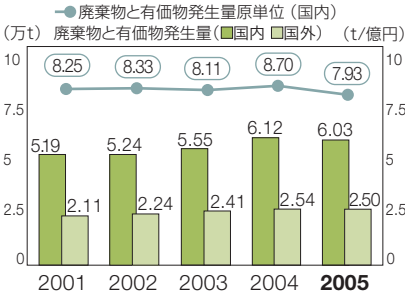
香川松下電工株式会社が、環境に配慮した物流の推進により、地球温暖化防止（CO2排出量の削減）に寄与した企業として、2005年12月15日に環境省の「地球温暖化防止活動環境大臣賞」を受賞しました。

日本通運（株）四国支店との協同企画により、香川松下電工（綾歌郡綾川町）から松下電工の住建東部物流センター（埼玉県草加市）への商品輸送を、鉄道輸送に切り替えるモーダルシフトを推進した結果、約87%のCO2を削減しました。

廃棄物発生量の削減

当社は廃棄物の発生抑制、再使用、再資源化に取り組んでいます。製造部門では徹底した生産ロス低減や歩留まり改善などを進め、非製造部門ではムダの排除や使用済み資材の再利用などにより廃棄物の削減に努めています。

2004年度からは日本国外でも新たな目標管理のために廃棄物と有価物※の発生量などを把握し始めました。2005年度は、「①社外処理委託量」と「②廃棄物と有価物の発生量」の目標を定め、これらの達成に取り組みました。社外処理委託量は2000年度比26%以上の削減を目標とし、20.1%を削減しました。廃棄物と有価物の発生量は2004年度比2%の削減を目標とし、1.5%を削減しました。(生産高原単位では前年度比8.9%削減)

今後は、発生量の生産高原単位を毎年、前年度比2%以上削減することをめざします。

■ 廃棄物と有価物発生量の推移

各部門での廃棄物管理・削減活動

廃棄物の不法処理トラブルの未然防止(リスクマネジメント)と管理レベルの向上を目的に廃棄物管理実務研修を開催しています。2005年度は269名が受講しました。また、廃棄物管理システムを製造拠点に加え販売会社まで対象範囲を広げ、適正な廃棄物処理を推進していきます。

営業部門では2005年度に全拠点ビルのゼロエミッション※化をめざして活動しました。7拠点ビルのうち4拠点がゼロエミッションを達成し、残る3拠点も2006年6月に達成予定です。今後は発生量(有価物を含む)の削減に取り組み、床面積あたりの発生量で前年度比2%減をめざします。

また物流部門では、2002年11月に全ての物流センターでゼロエミッションを達成しています。今後は輸送重量あたりの発生量で前年度比2%減をめざします。

廃棄物削減事例

金型に樹脂を流し込み商品を成形する際にスプールやランナーと呼ばれる材料ロス(廃棄物)が発生します。金型、設備を変更し、スプール部をなくし廃棄物を従来の約25%削減し、年間で約12tの廃棄物削減に成功しました。

〈従来〉

〈改善後〉

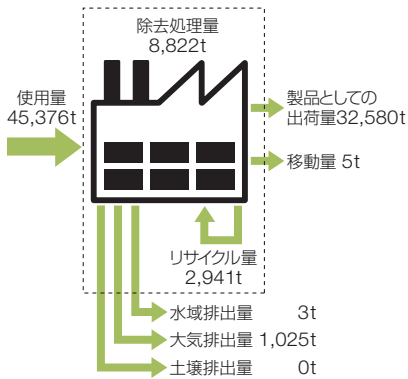
化学物質の排出・移動量削減

化学物質による環境リスク低減を目的に、PRTR法(化学物質管理促進法)※対象物質の排出・移動量の削減を進めています(2005年度のデータはホームページに開示)。2005年度からは松下グループの「化学物質管理ランク指針Ver.3(工場版)」に沿って3,475物質の管理を行っています。管理対象の化学物質を「禁止」「削減」「適正管理」の3ランクに区分し、グローバルで管理を進めています。2005年度はこれら3,475物質の排出・移動量は1,033tとなりました。

今後は、主なPRTR調査物質やVOC(揮発性有機化合物)対象物質など重点削減対象物質(368物質)の排出・移動量を2010年度までに2005年度比で10%削減することを目標に取り組みます。

■ 化学物質管理ランク指針 Ver.3(工場版)

適用ランク	製造工程での使用	物質数
禁止物質	使用の禁止	566物質
削減物質	排出・移動量の削減	793物質
管理物質	使用量、排出・移動量の管理	2,116物質

■ 使用化学物質のマテリアルバランス

VOC(揮発性有機化合物)の排出抑制

VOC(揮発性有機化合物)※の大気への排出量は、脱臭設備の導入と物質の代替化に取り組んだ結果、2004年度は2000年度比83%減の800tになりました。

また、オゾン層破壊物質となる特定フロン※は1993年11月末、トリクロロエタンは1994年12月末に全廃しました。

土壌・地下水汚染防止

2005年度は国内製造事業場の土壌履歴調査や地下水分析の再調査をスタートさせました。今後は、50%超出資の国内製造連結会社を2007年度から、国外製造連結会社を2008年度から、「管理下に置く」ことを目標に取り組みます。

「管理下に置く」条件

1. 調査の完了
2. 対策に着手
3. 観測井戸の設置
4. 流出の未然防止
5. 運用管理の徹底

津工場の地下水浄化の状況

津工場では1979年に購入した土地からトリクロロエチレン、シス−1,2ジクロロエチレンが検出されました。三重県および津市の環境行政当局に報告し、指導を受けながら1998年10月より土壌・地下水浄化・モニタリングを継続的に実施しています。第一次・第二次浄化を完了し、浄化加速のためにバイオによる土壌浄化方式を検討中です。

水資源の有効活用

貴重な水資源の保全を目的に、水の使用量削減に取り組んでいます。2005年度の生産高当たりの水使用量は502m³/億円で、2001年度比で16.7%削減しました。これは、洗浄水を多段化して再利用することや一次排水を処理した後に、トイレ用に再利用することなどに取り組んだ結果です。2006年度はグローバルで2001年度比5%の削減をめざします。

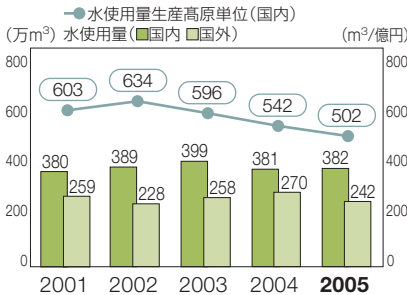
排水処理施設からの処理水は、公共用水域や公共下水道に排出しています。全工場の最終排水溝にpH計などを設置し24時間連続で監視できるシステムを導入し、環境事故の防止や早期発見に努めています。

■ 水使用量の推移

「クリーンファクトリー」の認定制度

松下グループ全工場での環境保全活動のレベルアップとパフォーマンスを向上させるため、一定基準をクリアした工場を「クリーンファクトリー」として社内認定します。

2006年度から認定を開始し、2010年度には、90%以上の工場がクリーンファクトリーとして認定されることめざして、工場の環境パフォーマンスの向上に取り組みます。

用語解説

有価物化
従来、廃棄物としていたものの中から、他の事業者に有償で引き取ってもらえる「資源」または「再資源化材料」を分別し、売却すること。

ゼロエミッション
生産活動にともなって排出される廃棄物・副産物すべてを資源として活用することで、廃棄物をゼロにするという構想。1994年、国連大学が提唱した。

PRTR法
人の健康や生態系に有害であるおそれのある化学物質について、その排出量・移動量を事業者が把握し、行政庁に報告することを義務づけた法律。
正式名称を「特定化学物質の環境への排出量の把握等及び管理の改善の促進に関する法律」という。

VOC(揮発性有機化合物)
VOCとは「Volatile Organic Compounds」の略で、常温で気化しやすい有機化合物の総称。
大気汚染を引き起こす浮遊粒子状物質、光化学オキシダントの発生原因のひとつであるとみられ、2004年に大気汚染防止法が改正され、VOCの排出が規制されるようになった。

特定フロン
オゾン層保護のため、国際条約により規制対象となっているフロン類のこと。
モントリオール議定書締約国会議で、先進国は1996年までに特定フロンを全廃することが決められている。

環境・コミュニケーション

報告書の発行や展示会への出展などを通じて、わたしたちの環境への取り組みを広くご紹介しています。
また社内で環境家計簿キャンペーンを実施するなど、従業員とその家族の意識啓発にも積極的に取り組んでいます。

ホームページに報告項目に関連する情報がある場合、■マークがついています。また、ホームページのみで開示している情報についても■マークがついています。

さまざまなツールでのコミュニケーション

1999年以降毎年、環境報告書（2003年にサステナビリティ・レポートと改称）を発行するとともに、主要な取り組みを小冊子にまとめたダイジェスト版も作成し、展示会やショウルームで配布しています。ホームページでは英語版のサステナビリティ・レポートや国内外の全製造会社のサイトデータ、新着情報なども掲載しています。

これら報告書とホームページにはアンケート用紙を添付しており、2005年版については合計56名の方からご回答をいただきました。また、環境推進部の電子メール窓口に2005年度は約215件のお問い合わせ・ご案内などをいただきました。

2003年度からは直接、ステークホルダーの方々とダイアログを行う機会を設け、いただいた貴重な意見を当社の活動の参考にしています。（詳細はホームページで公開しています）

サステナビリティ・レポート2005など

環境行事と表彰制度

毎年6月の環境月間には、環境大会や各組織での環境行事活動を行っています。

また、2月の省エネルギー月間、10月の3R推進月間には、それぞれ社内の優秀な取り組み事例を表彰しています。年間を通して環境への取り組みが優秀だった組織には社長表彰を行い、2005年度は、茨城工場が環境優良賞を受賞しました。

環境展示会の開催

当社の環境活動を紹介する地球環境展は、2005年度で14回目の開催となりました。2005年9月に大阪と東京で実施し、2,000名以上の方々にご来場いただきました。同時に開催した環境セミナーでは、当社の環境の取り組みやLED照明、ビル・トータルソリューションなど6テーマで講演し、延べ約1,000名の方々にご参加いただきました。

また2005年度はエコプロダクツ展やENEX展（地球環境とエネルギーの調和展）、タイでのエコプロダクツ展にも出展したほか、各工場などにおいても、定期的に施設の開放や工場見学会を実施しました。

地球環境展（大阪）

環境家計簿の取り組み

従業員とその家族が地球温暖化問題に取り組む一助として、環境家計簿の記入を推進しています。

これは、電気やガス、水道、灯油、ガソリンなどの使用量を記録し、排出されるCO_2量を把握することで、家庭での省エネ・省資源の取り組みを促すものです。

環境家計簿の案内

環境・マネジメント

松下電工グループの環境方針にもとづき、環境マネジメントシステム（EMS※）を的確に運用することで、環境活動の継続的な改善を図っています。2005年度はEMSの対象範囲を国内外連結対象製造会社に拡大しました。

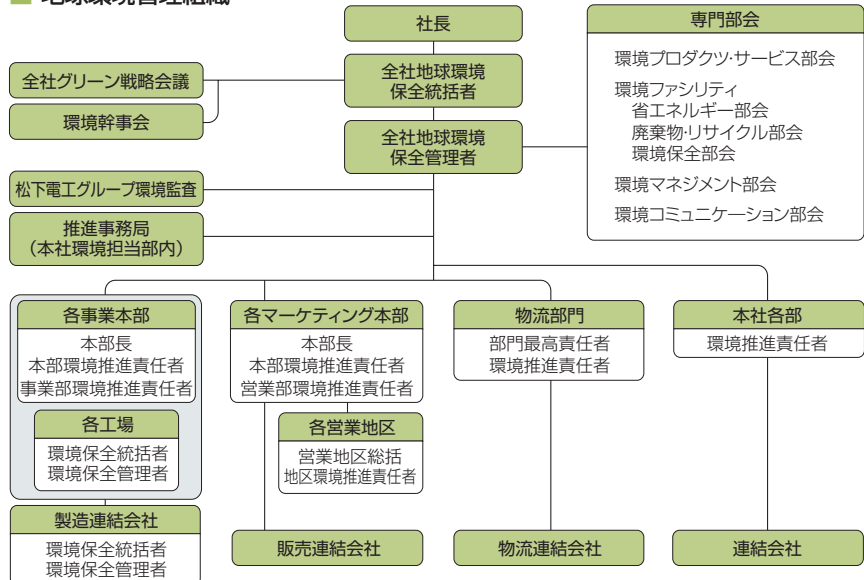
ホームページに報告項目に関連する情報がある場合、■マークがついています。また、ホームページのみで開示している情報についても■マークがついています。

環境活動の管理・推進組織

最高責任者である社長は環境方針を制定し、「全社地球環境保全統括者」（環境担当役員）が環境中期計画や松下電工環境マニュアルの制改定などの権限と責任を持ち、環境幹事会と全社グリーン戦略会議を主催します。

環境幹事会は、最上位の審議・決定機関であり各専門部会で立案・検討された案件について議決します。全社グリーン戦略会議で、方針、重要案件などについて討議、確認し、全社環境組織に周知徹底します。

全社地球環境保全管理者は、環境中期・年度計画の立案と推進、「松下電工環境マニュアル」の立案と全社環境マネジメントシステムの運用を行います。

当社の事業活動による環境負荷は商品、工場、営業活動、物流などさまざまなところから生じます。そのため、地球環境保全管理組織は事業部門、工場部門、営業部門、物流部門、本社部門まで広がっています。

環境マネジメントシステムの対象範囲を拡大

これまでは、松下電工および国内の100%出資製造会社（12社）を管理対象としていましたが、2005年度は国内外の連結対象製造会社（47社）にまで、この範囲を拡大。環境方針管理や環境パフォーマンスデータの集計システムを一本化しました。

各組織ごとに、その役割を規定した「松下電工環境マニュアル」についても、対象範囲を連結・グローバルに拡大しました。

環境マネジメント体制図

EMS：環境マネジメントシステム

用語解説

EMS（環境マネジメントシステム）

事業者が経営方針のなかで明らかにした環境方針に基づき、環境保全の取り組みを継続的に計画・実行・評価していくための環境管理システム。

EMSの代表的な規格として、ISO14000シリーズがある。

ISO14001

ISO（国際標準化機構）が定めた環境マネジメントシステムの国際規格「ISO14000シリーズ」で、システム構築の際に守るべきことが規定されている。

また第三者機関による認証登録制度にもなっている。ISO14001の認証取得が、環境に配慮した経営を自主的に行っていることの裏づけになる。

マルチサイト認証方式

複数の場所で行われている組織活動を、まとまった一つの大きな組織活動とみなし、認証のための審査を一括で受ける方式。

BOD

Biological Oxygen Demandの略語。水中の微生物が有機物を分解する際、消費する酸素量を示し、河川の水質汚濁の度合いを示す指標の一つとなっている。

ISO14001※の認証対象範囲を拡大

ISO14001に関しては、1996年10月にマルチサイト認証方式にて認証を取得。1998年までに当社工場全てと国内100%出資製造会社を、2003年2月に全営業地区を対象範囲に組み込みました。マルチサイト認証方式※を採用することで、方針、施策の徹底が円滑に進むほか、改善事例・好事例を水平展開しやすい効果があります。

2006年度は、この範囲を国内の出資比率が50%を超える製造連結会社にまで拡大します。今後は事業本部主体で環境マネジメントシステムを運用し、連結の非製造会社における環境マネジメントシステムの構築をさらに充実していきます。

松下電工グループ環境監査の実施

マルチサイト認証では各組織内部で行う内部環境監査に加え、管理統括部門(本社)が各組織に対して行う環境監査が求められます。

当社ではこれを「松下電工グループ環境監査」として行い、これら2段階の監査を環境マネジメントシステムの中で運用することにより、外部認証機関からマルチサイト認証を受けています。

2005年度は7月～8月と2006年2月に監査を行いましたが、重大な不適合はありませんでした。

松下電工グループ環境監査

5講座、558名が環境研修を受講

新入社員や新任管理職の階層別研修時に環境問題全般や当社の環境活動の理解・啓発を行うとともに、内部環境監査コースなど職能別研修も実施しています。2005年度は、職能別研修5講座で計558名が受講しました。

社内イントラネットにはグリーンプロダクツの販売速報などを掲載しています。社内データベースも活用し、環境に関する通達・連絡事項やお客様のニーズやトレンドなどの発信・共有化を進めています。

従業員の環境意識調査

2002年度から当社従業員が環境問題をどの程度理解し行動しているか、自社の取り組みについてどの程度理解しているのかを毎年、調べています。この調査に基づき、従業員の環境意識向上と行動活性化をめざして啓発施策を講じています。

2005年度の調査では、CSRや環境家計簿の認識が向上しました。今後は、環境意識や知識の向上とともに環境活動への参加促進をはかりたいと考えています。

その他、従業員から環境に関する写真を募集し、前述の「地球環境展」(45ページ参照)で展示するなど、従業員の環境意識向上に取り組んでいます。

従業員の作品による環境写真展

緊急事態への対応

環境事故・トラブルを防止するには設備面と管理面(訓練・教育)の強化が必要です。

設備面では環境影響評価によって抽出された危険要因について改善・強化を実施しています。管理面では、万が一環境事故・トラブルが発生したときに迅速・適切に対応・措置できるように緊急時の対応マニュアルを策定し、さまざまなケースを想定した訓練・教育を定期的に実施しています。

緊急時対応訓練

環境法令の順守状況

2005年6月、1国内製造連結会社において、県公害防止条例・排水のBOD※基準違反の改善勧告を受けました。応急措置として、高濃度BOD排水の社外処理などを実施するとともに、速やかに改善計画および報告書を県に提出し、受理されました。その後新たな排水処理装置を導入し、根本対策を講じました。

また2005年11月、松下電工1工場で地域住民の方から悪臭についての苦情がありました。該当市環境保全課に報告のうえ、地域住民の方に対策の説明を行い、現在は、脱臭設備を導入するなど臭気対策を進めています。

環境会計への取り組み

計画的・継続的な環境保全対策実施への判断ツールとして利用することと、従業員の環境意識を向上させることを目的に、1998年度から環境会計を実施・情報開示しています。

環境保全コスト

2005年度は135.3億円でした(前年度比2.4億円減)。

集計対象を50%超出資製造連結会社に拡大(8社増加)し、水質汚染・土壌汚染対策費用および省エネ対策費用が増加したため、事業エリア内コストは12.5億円増加しました。一方、新規事業立ち上げなどの大きな研究開発が一段落したため、研究開発コストは14.2億円減少しました。

環境保全対策に伴う経済効果

2005年度は33.2億円でした(前年度比13.0億円増)。

これは有価物が集計範囲を拡大した対象会社において多く発生していること、また廃棄物の削減効果も上がっていることによります。

環境保全効果

CO_2排出量は前年度に比べ0.5%減少、生産高当たりのエネルギー消費量も5.2%とさらに減少しています。また、グリーンプロダクツの販売比率も増加しています。

対象期間

2005年4月1日～2006年3月31日

対象範囲

- 本体工場(商品開発、R&D、本社、事業本部事務局を含む)、国内50%超出資製造連結会社、営業地区、および物流センター

集計条件

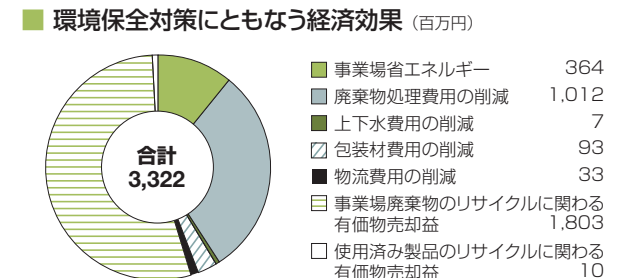
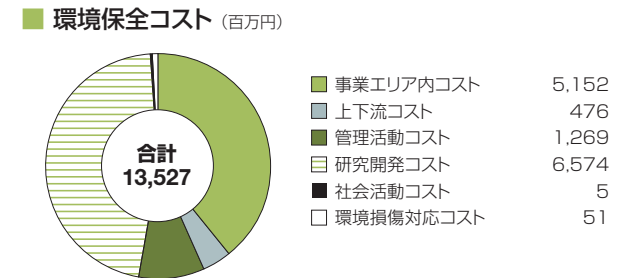
- 投資金額、費用は環境活動を主目的にしたものに限定
- 人件費は業務時間比率で按分
- 減価償却費は投資金額とは別に環境コストとして算出
- 削減効果は根拠のある4項目(省エネ、産廃削減、水費用の削減、梱包・物流費削減)に限定

前年度からの変更点

- 松下電器産業と再整合を行い松下電器産業グループと同じ帳票で集計 但し、当社の環境会計は事業部門における「ECP関連技術開発」の項目を含んでいます。また、前年度との比較のため、費用は2005年度投資と経費(人件費+その他経費)としています。
- 集計範囲を国内100%出資製造連結会社から国内50%超出資製造連結会社に拡大

※ 別途、日本国外の製造連結会社についても環境会計の収集を実施します。結果はホームページに開示します。

環境保全コスト (百万円)

環境保全対策にともなう経済効果 (百万円)

環境保全効果

事業エリア内コストに対応する効果	事業活動に投入する資源に関する効果	省エネ：5.2%減(前年度比)(生産高当たりのエネルギー消費量) 水使用量：7.5%減(前年度比)(生産高当たりの水使用量)
	事業活動から排出する環境負荷および廃棄物に関する効果	環境リスクの回避：7件 CO_2排出量：0.5%減(前年度比) 廃棄物社外処理委託量(リサイクルを含む)：1.96万t/年(前年度比15.2%減) ゼロエミッション達成範囲(累計)：本体工場、製造連結会社、主要物流センターに加え営業拠点ビル(4拠点を追加)
上下流コストに対応する効果	事業活動から産出する財・サービスに関する効果	容器包装リサイクル量：プラスチック297t/年(前年度比8%増)、紙132t/年(前年度比15%増) 間接材のグリーン購入比率：61.2%(前年度比2.3%減) グリーンプロダクツ販売比率：50.5%(前年度47.6%) 商品使用時の省エネ効果：52.3万t-CO_2/年削減相当

今後の方向性

日本国外の製造連結会社についても2005年度から環境会計の集計を実施しています。今後は非製造部門にも広げていく予定です。

資源生産性の向上と効率的な投資を行うためマテリアルフローコスト会計を一部で試行していますが、今後これを拡大していきます。

環境保全コストとその効果を的確に評価するため「環境保全効果の金額換算」を松下電器産業と整合し、実施します。

主な環境目標と実績

環境活動における2010年度までの重点課題・目標を「プロダクツ&サービス」「ファシリティ」
「コミュニケーション」「マネジメント」の4分野に分類し、「環境中期計画」に定めています。

重点課題			2005年度計画	2005年度実績	自己評価	2006年度計画	2010年度目標
くらしトータル		くらしトータルで環境負荷低減とくらし価値向上を両立	家まるごとファクター2005年度版分析・評価	家まるごとファクター 40品目　分析・評価完了	○	家まるごとファクター向上のための 課題分析(2005年度版)	温暖化防止ファクター:5 資源ファクター:3
プロダクツ&サービス	ECPの拡大	スーパーGP、ダントツGPの開発	スーパーGP、ダントツGP開発3カ年計画の作成	ダントツGP11商品群が認定	○	スーパーGP:全社1商品以上 ダントツGP:全社6商品以上	スーパーGPで業界をリード ダントツGP:全事業部1商品以上
		グリーンプロダクツ(GP)販売比率の伸長	GP販売比率52%	GP販売比率50.5%	△	GP販売比率55%	GP販売比率70%以上
	地球温暖化防止	業界トップレベルの省エネ(使用時、待機時)商品創出	・省エネ法特定機器基準値達成 ・待機時消費電力削減:新商品1W以下	・省エネ法特定機器基準達成 　蛍光灯、ガス調理機器など ・待機時電力低減技術開発推進	○	・省エネ法特定機器基準値達成 　ガス温水器など ・業界トップレベルの待機時消費電力削減	業界トップの省エネ商品のラインナップ
	3R	商品の3R推進	WEEEへの対応実施(EU、中国)	WEEEへの対応開始	○	WEEEリサイクルマネジメントの確立 (EU、中国)	主要商品のリサイクル体制確立
	3R Reduce(発生抑制) Reuse(再使用) Recycle(再資源化)	循環型ビジネスへの挑戦		「あかり安心サービス」と 照明SRS事業との融合	—	あかり安心サービスの展開拡大 リサイクル技術開発(FRP他)推進	循環型ビジネスの育成
		省包装の推進:売上高原単位の削減	2003年度比6%削減	2003年度比6.2%削減	○	2003年度比10%削減	2003年度比15%削減
	クリーン	特定化学物質削減	RoHS指令対象物質不使用管理体制の構築	特定化学物質不使用完了 不使用保証体制確立	○	・不使用保証体制の徹底 ・塩ビ樹脂の使用制限	有害物質の不使用
ファシリティ	環境配慮工場の拡大	クリーンファクトリー(CF)認定工場化	全30事業所内定	33/33事業場認定目処	○	60%以上がCF化 〈国内90%・国外30%以上〉	CF認定事業場計90%以上 〈国内100%・国外80%以上〉
	地球温暖化防止	〈国内製造〉 ・CO_2排出量の削減(前年度比) ・生産高原単位削減(前年度比) ・省エネ率	1%減(マルチサイト対象範囲) 2%減(マルチサイト対象範囲) 3.5%(マルチサイト対象範囲)	0.5%削減 5.2%削減 4.4%	○	1%減 2%減 3.5%	1990年度比7%減 グローバルで原単位2000年度比10%減
		〈国外製造〉 省エネ率	現況把握	現況把握	○	3.5%	グローバルで原単位2000年度比10%減
		〈国内物流〉 ・CO_2排出量の削減(前年度比) ・輸送重量原単位削減(前年度比)	1%減(販売物流)	4.5%増　未達理由:輸送品目が増加	×	改正省エネ法に準じて原単位管理に変更 1%減	2006年度比4%減
		〈国内営業〉 ・CO_2排出量の削減(前年度比)	1%減	10.1%削減	○	1%減	2004年度比6%減
		〈エコカーの導入〉	業務用車両 エコカーへの順次切替え	エコカー率:36%	○	エコカー率:50%以上	エコカー率:100%
	3R	〈国内製造〉 ・廃棄物と有価物発生量原単位削減(前年度比) ・社外処理委託量の削減(2000年度比) ・廃棄物リサイクル率 ・水使用量原単位削減(2001年度比)	発生量2%減 26%減(マルチサイト対象範囲) 4%減	1.5%削減 20.1%削減 16.7%削減	△	2%減 99% 5%減	グローバルで2000年度比20%減 99%(グローバルで94%) グローバルで2000年度比10%減
		〈国外製造〉 ・廃棄物と有価物発生量原単位削減(前年度比) ・廃棄物リサイクル率 ・水使用量原単位削減(2001年度比)	発生量の月次把握	把握	○	2%減 77% 5%減	グローバルで原単位2000年度比20%減 86%(グローバルで94%) グローバルで2000年度比10%減
		〈国内物流・営業〉 ・廃棄物と有価物発生量原単位削減(前年度比) ・社外処理委託量(前年度比) ・営業ビルのゼロエミッション活動	2%減 ゼロエミッション達成	4%削減 4/7地区で達成	△	2%減 6月までに完了	2004年度比10%減
	クリーン	〈国内製造〉 ・化学物質Ver.3排出移動量削減(対前年度) ・土壌汚染調査と対策	データ把握 履歴調査完了	把握 完了	○	I※1:2%減　II※1:1%減 管理下	グローバルで2005年度比 I:10%減 II:5%減 管理下
		〈国外製造〉 ・化学物質Ver.3排出移動量削減(対前年度) ・土壌汚染調査と対策	データ把握	把握	○	I※1:2%減　II※1:1%減 調査完了	グローバルで2005年度比 I:10%減 II:5%減 管理下
コミュニケーション	情報発信	環境情報開示の充実	環境活動の情報開示充実	・サステナビリティ・レポートなどを発行 ・地球環境展開催(大阪、東京:9月)	○	・国外情報・ホームページ情報の充実 ・地球環境展の開催(範囲をグローバルに)	ステークホルダー情報選択自由度拡大と コミュニケーションの充実
			ステークホルダー(SH)とのコミュニケーション拡大	ステークホルダー・ダイアログを継続開催	○	ステークホルダー・ダイアログの開催	随時SHと対話可能な仕組みを構築
	社会貢献、グリーン投資パートナーシップ	社会貢献活動の企画と推進	・労働組合連携による社会貢献活動の実施 ・東南アジアなどでの植林活動支援	・富士山植林、琵琶湖ヨシ原保全の実施 ・照明、住建で植林支援の実施	○	・労組連携による貢献活動 ・植林ボランティアの推進	植林ボランティアの推進
	企業市民活動	松下グループ LE活動への参加	松下グループLE活動※2への参加	LE活動参加準備完了予定	△	環境家計簿、エコバッグへの参加	
マネジメント	マネジメント体制	環境マネジメントシステムの拡充	グローバル環境マネジメントシステムの構築	環境データ月次集計の定着	○	《50%超国内製造連結会社》 ISO14001一括認証への参画 《国外製造連結会社》各社EMS※3の再構築	グローバル環境マネジメントシステムの確立
	環境経営	環境会計の充実	集計範囲の拡大	国内50%超製造連結、日本国外製造まで拡大	○	環境投資効率化の指標立案と整合	環境投資効率の継続改善
	教育	環境教育	カリキュラム整備とニーズに合った研修実施	現カリキュラムにて研修実施	△	・カリキュラム整備とニーズに合った研修改善 ・推進人材の補強	全社員の環境意識・行動のハイレベル化

※1 I:重点削減物質排出移動量1t以上の事業場 II:総排出移動量1t以上のI以外の事業場　※2 LE活動:地域を愛する市民活動(Love the Earth活動)の略　※3 EMS:環境マネジメントシステム

公正な事業活動

公正かつ信頼される事業活動を行うため、コーポレート・ガバナンス※体制の充実を図り、リスク管理、法令順守を徹底しています。
CSRM担当の取締役を設けるなど、「統制」機能をいっそう強化しました。

ホームページもご覧ください

http://www.mew.co.jp/corp/csr/social/index.html

公正な事業活動

倫理行動規範

私たちの倫理行動規範

ホームページに報告項目に関連する情報がある場合、マークがついています。また、ホームページのみで開示している情報についてもマークがついています。

コーポレート・ガバナンス

当社は、企業価値の維持・向上を図るため、コーポレート・ガバナンス体制の充実に取り組んでいます。2003年12月に、スピーディかつドラスティックな「執行」体制を構築。2005年6月にはCSRやリスクマネジメントへの社会的要請の高まりと松下電器産業との包括的協業による事業体制がスタートしたことなどを勘案し「統制」機能を強化した体制に改定しています。

執行体制は、社長に最高の意思決定と業務執行の権限と責任を集中し、これを補佐するために「代表取締役会」「執行会議」「執行役員制度」を採用しています。

統制体制は、CSRやリスクマネジメント活動など統制活動の推進を専属的に担うCSRM担当の取締役（代表取締役）を設けています。なお、CSRM担当の取締役は役員候補者案の策定などコーポレート・ガバナンスにおいても中心的な役割を果たします。

監督・監査体制は、「取締役会」と「監査役会」が担っています。取締役会は取締役15名で構成し、そのうち2名が社外取締役で、経営の監督にあたっています。また、監査役会は常勤監査役2名、社外監査役2名の合計4名で構成され、重要な会議への出席、事業場（連結子会社含む）のモニタリング、代表取締役、内部監査部門、会計監査人との連携などを通じ、実効性のある監査活動に取り組んでいます。

CSRMの推進

当社は経営理念に基づき、事業活動を通じて社会に貢献することを使命としています。そして、CSRの実践の根幹には企業倫理があり、表裏一体の関係でCSRとリスクマネジメント（RM）があると考えています。そこで当社ではCSR推進の最高機関として、社長を委員長としたCSRM委員会を設けています。CSRMとはCSRとRMの造語であり、この委員会で、CSRとRMを統括しています。

■ コーポレート・ガバナンス体制

倫理行動規範

設立当初より当社の経営理念にある「各員至誠を旨とし」、遵奉すべき精神にある「公明正大の精神」のもと、「正しい姿勢」で事業活動を行うことに努めてきました。

2002年11月には倫理行動規範を制定し、冊子「私たちの倫理行動規範」にまとめすべての役員・従業員に配布しました。さらに松下グループの一員として2004年度には「松下グループ行動基準」を配布し、法令や社内規定を遵守し、「松下グループ行動基準」に基づいて行動することを誓約しました。これら「松下グループ行動基準」および倫理行動規範はホームページに掲載し広く社外にも公開しています。

私たちの倫理行動規範

コンプライアンス※体制

コンプライアンスを推進するための組織として、社長を委員長とする「企業倫理委員会」を設置するとともに、「倫理担当役員」を任命し、「全社倫理推進会議」を定期的に開催しています。さらに各事業場に「倫理リーダー」を配置し、全社レベルでコンプライアンスを推進しています。国内グループ会社についても倫理担当役員、倫理推進責任者を任命し、国外グループ会社では地域（アメリカ、ヨーロッパ、中国、アジア、韓国）ごとにコンプライアンス推進組織を設置し、各社ごとにコンプライアンス推進責任者を選任しています。

また、コンプライアンス上問題と思われる情報を社長に直接伝えることができる内部通報制度（名称：コンプライアンス通報ライン）を2002年12月より設置。通報したことによる不利益を受けないように通報者の秘密などは厳守されるようになっています。

倫理行動規範の徹底とコンプライアンスの浸透を図るため、全社員を対象としたeラーニング研修や毎年10月のコンプライアンス月間の実施などさまざまな取り組みを行っています。

■ 各委員会の関係図

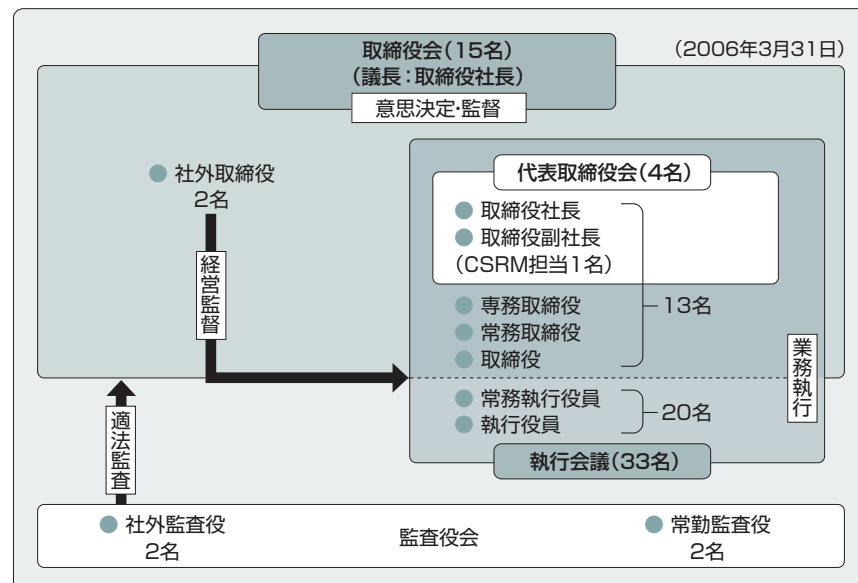
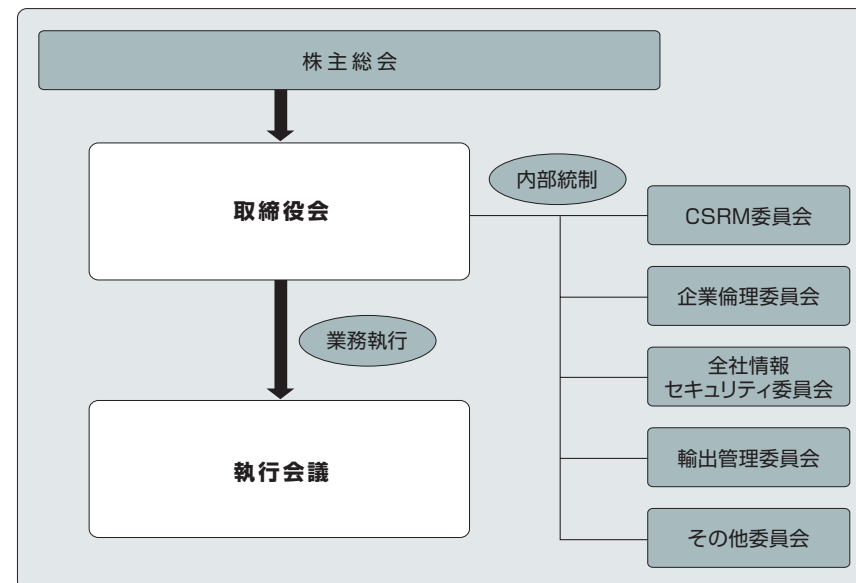
リスクマネジメント

リスクの認識とマネジメント体制

当社グループでは、①事業計画達成を阻害する要因、②社会からの期待値と会社の実力とのギャップの2つをリスクとして定義しており、リスクの範囲は企業活動を取り巻くあらゆるリスク（オールリスク）としています。このうち、松下電工グループ全体にまたがる33の共通リスクを析出し、そのリスクごとに本社専門職能として「リスク対応委員」を選任しています。そして、これらの全てのリスクを統合的に管理・評価し、対策等を推進する部門として「リスクマネジメント室」を設置しています。

クライシス対応

事業を存続させ、社会に対する供給責任を果たすためにも、事故や自然災害といったクライシスへの対応を強化しています。

万が一、事故や災害が起こった際は、「人命にかかわるもの」「企業価値の維持・低下に関わるもの」など、クライシスのレベルに応じて対策委員会が速やかに組織される仕組みになっています。

用語解説

コーポレート・ガバナンス
「企業統治」と訳され、一般に企業活動を律する枠組みのこと。

コンプライアンス
法令遵守はもちろん、社会的規範を含むより広いルールを尊重し、良心と良識に基づく公正で誠実な事業活動を行うこと。

株主・業績データ

増収・増益の好業績を背景に、2005年度は連結業績を考慮した配当を実施しました。
今後もさまざまなIR※活動を通じて得られた株主・投資家からの貴重なご意見を、経営に迅速に反映していきます。

ホームページもご覧ください

http://www.mew.co.jp/corp/csr/social/index.html

株主・業績データ

IRの基本方針と利益配分

IR情報

ホームページに報告項目に関連する情報がある場合、■マークがついています。また、ホームページのみで開示している情報についても■マークがついています。

IRの基本方針と利益配分

当社は、経営の透明性を確保し、企業価値を高め、収益を適正に還元していくことで、株主からの期待と信頼に応えることをめざしています。

また、利益配分については従来の安定配当施策に加えて、連結業績を考慮した、より積極的な配当施策をとっており、2005年度の年間配当金は1株あたり17円、総額124.35億円、連結配当性向※は36.0%となりました。

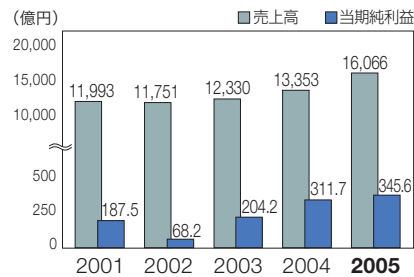
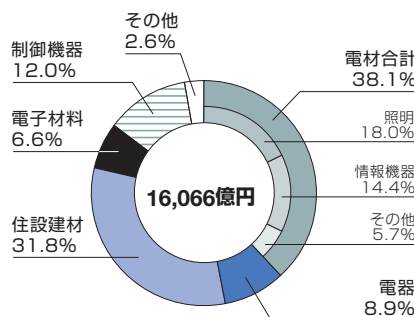
株主・投資家とのコミュニケーション

年4回の決算発表や海外でのロードショー、事業報告書や株主通信、アニュアルレポート（英語版）の発行、IRホームページでの情報開示など、さまざまなIR活動を通じて、株主・投資家との双方向のコミュニケーションを実施しています。

これらの活動を通じて得られた株主・投資家から貴重なご意見を、経営に迅速に反映するようにしています。

SRI※インデックスへの組み入れ

当社のCSR活動が評価され、モーニングスター社の社会的責任投資株価指数やダウ・ジョーンズ社のサステナビリティ・インデックスに4年連続で選定されたほか、複数のSRIファンド銘柄に当社株が組み込まれています。

■ 売上高・当期純利益（連結）の推移

■ 部門別売上高構成比（連結）

■ 地域別売上高構成比（連結）

■ 1株当たりの年間配当金の推移

(円)

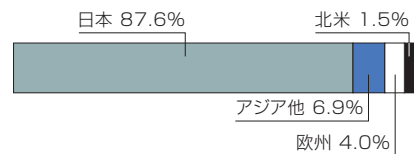
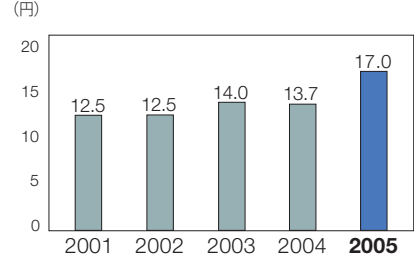
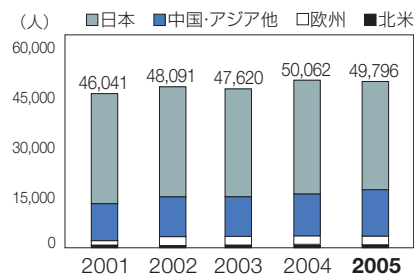
年度	2001	2002	2003	2004	2005
年間配当金	12.5	12.5	14.0	13.7	17.0

■ 従業員数（連結）

用語解説

IR
「適時」「公平」「継続」のポリシーを守りながら、株主や投資家に対し、投資判断に必要な企業情報を提供する活動のこと。制度的な開示にとどまらず、企業が自主的に行う情報提供活動を指す。

配当性向
当期純利益のうち、配当金の支払いにあてられた比率を示す指標。
計算式=配当額／当期純利益×100(%)

SRI
社会的責任を果たしている企業ほど持続的な発展が期待できるという観点にもとづき、経済的側面に加え、社会的・環境的・倫理的側面も考慮して投資を行うこと。
Socially Responsible Investmentの略で「社会的責任投資」と訳される。

ステークホルダー・ダイアログ

CSR活動の方針やメッセージ、取り組みをさらに充実させていくために、当社は2005年12月9日にステークホルダー・ダイアログを開催しました。参加いただいた皆さまのご意見・ご提案の要旨をご紹介します。

飯島 ツトム氏

CO-WORKS代表。
地域開発の基本構想策定に環境開発、デザインの側面から参画している

ファンを増やすためにも対話の重視を

CSR報告は社会に対する"通信簿"の開示であるとともに、松下電工の"ファンづくり"でもあると思います。従って業界知識に詳しくない方にもわかるようなシンプルでわかりやすい表現が必要です。

20年来、デザイン面で一緒に仕事をしてきた私の松下電工に対する印象は「人間に詳しい会社」です。そのポテンシャルを活かし、人間の思考や幸せを開発テーマに持ち続けていただきたいものです。

河口 真理子氏

株式会社大和総研・
経営戦略研究所
主任研究員

多様性を総合力にしていく姿勢が大切

労働の多様性をテーマに調査している職務上、松下グループのダイバシティ活動も知っており、女性活用に熱心な企業グループという印象を持っています。

しかしながら、企業は今以上にワーク・ライフバランスや女性の活用に配慮し、ジェンダー、国籍など従業員の多様性を受け入れていく必要があります。今後はいかに多様な人たちを取り込んで、総合力にしていくかが重要になるのではないかと感じます。

龍井 葉二氏

日本労働組合 総連合会
総合人権・男女平等局
総合局長

CSRの事業モデルの提案へ

最近のCSR報告書の中には、まず環境ありきで人権や労働は付け足しというものも見られますが、これでは困ります。CSRは「広報」ではありません。「プロセス」が重要です。一方的な発信ではなく、フィードバックする仕組みが問われています。

CSRの先進企業の責務は、法令遵守などの最低限のレベルをクリアするだけでなく、模範となる事業モデルを構築し、それを外の世界に発信することです。「持続可能な働き方」に向けたリーダーシップを期待しています。

辰巳 菊子氏

日本消費生活
アドバイザー・
コンサルタント協会理事

会社に対する従業員の誇りを大切に

消費者は製品や情報だけでなく、従業員を通しても企業を見ています。仕事に誇りを持つ従業員が、良い製品・サービスを社会に提供できると思います。従業員満足度の高い企業は外部からもわかるものです。

消費者の商品選択を決定づけるのは、企業への共感や感動です。消費者は「安全」を確認し、満足や共感を覚えることで「安心」「信頼」します。これがCSRとつながるのではないでしょうか。

谷口 正次氏

国連大学
ゼロエミッション
フォーラム理事

グローバルな問題への貢献を期待する

松下電工はCSRについてさまざまな面から取り組んでいると思います。さらに言うなら、世界で起きている問題にも目を向けてはどうでしょうか。水・食糧不足、貧困、人権、鉱物資源開発に伴う自然環境破壊…。これらをトップから従業員まで正しく認識すれば、CSRは自ずと果たせるはずです。

利益追求の使命を負う企業だけでは無理があるため、NGOとのコラボレーションで解決の道を拓いていただきたいです。

水尾 順一氏

東京工業大学
特任教授
駿河台大学
経済研究所長・教授

「目線は社員、視点は社会」をテーマに

私は常日頃から「CSR、目線は社員、視点は社会」を標語にしています。社員の目線で取り組み、その目指すところは社会でなければ意味がありません。

CSRの底辺はコンプライアンスです。その上に顧客・従業員満足があり、ビジョナリー性（消費者・従業員から見た夢やロマン）があり、コーポレートブランドに結びつきます。CSRで信頼を得て、ブランドで販売を拡大する、そんな企業であってほしいと願います。

第三者意見

一橋大学大学院
商学研究科教授
谷本 寛治氏

本年度から名称替えされたCSR報告書には、環境面での充実した活動の報告とデータ開示がなされていること、社会面でもそれぞれの領域においてユニークで充実した活動の報告がなされていることが目に付く。しかし、CSRについて全社的にどのように取り組もうとされているのか、その基本姿勢や方針などについては必ずしも明確に示されているとはいえず、その点物足りなさを感じた。

社会面の報告については、少しずつ充実しつつあるが、まだ個別の制度や部分的な数値の紹介に終っている。しかし実際にはUD開発、顧客対応VOC21、障がい者雇用をはじめ個別には先進的でユニークな取り組みをされている。これらの領域についても環境と同じように、基本理念・方針を提示し、前年度の目標、実績、次年度の目標といったことをそれぞれの課題に応じて示していかれることを期待したい。

環境面の報告については、もう一工夫されることでよりわかりやすくなるであろう。例えばすでにウェブ上では、環境パフォーマンスデータとして国内・外の製造拠点におけるサイト別の詳細なレポートを開示したりしている。報告書には読者をその箇所に誘導するわかりやすい工夫がほしい。報告書は一般に、詳細で正確な情報を示そうとすると取っ付きにくくなり、見やすさを第一におくとデータ部分が薄くなってしまう、というジレンマがある。報告書に基本方針など骨格になる部分を示し、詳細なデータはウェブ上で示す、ということはすでにされているが、そのつながりを丁寧に示すことが大切である。

最後に、今後は事業報告書やアニュアルレポートに社会・環境面での基本的な活動方針を示していかれることを期待したい。そもそも本業を通じてCSRに取り組むという場合、事業活動にどのように取り込んでいるのか、そしてそれがどのようなパフォーマンスを生み、さらには財務面にどう影響しているのか、こういった点を明示していくことが重要な課題になってこよう。

ジャパン・フォー・
サステナビリティ共同代表
枝廣 淳子氏

全体的にわかりやすい文章・レイアウトで、読みやすい報告書になっています。クローズアップのユニークな活動紹介は、読者を惹きつけるよい導入です。

女性の雇用・登用に関する実績・目標、取り組み紹介は、会社の本気度が伝わり、大変好感が持てます。今後も進捗を報告し、他社のお手本となって下さい。

各部門の業績評価に反映することで、グリーンプロダクツの販売比率が向上しているのは、かけ声だけではなく仕組みを変えることが人々の意識や動機づけを変え、成果につながる効果的な方法であることを示しています。ぜひ他の取り組みにも展開して下さい。

CSR報告書のさらなる改善を期待して、いくつか述べます。

長期ビジョン　20年後、50年後に、どのような会社になりたいのか、それぞれのステークホルダー（利害関係者）とどのような関係を築き、どのような価値を社会に提供するつもりかといった長期ビジョンが見えません。どのような問題を認識し、どのような悩みを抱え、その中でどのような目標を設定し、活動成果をどのように次につなげようとしているのか、ダイナミックな姿を見せて下さい。

報告の範囲　地域での雇用や地元経済に対する貢献といった経済面での社会的責任、グローバル企業としてのグローバルな問題に対する認識やスタンスも伝えて下さい。

取り組みの位置づけ　CSR報告書として、それぞれの取り組みが「環境、社会、経済面のどのような認識に基づき、どのような成果や意味があるのか」、顧客だけではなく"地球へのまなざし"を感じさせるスタンスもほしいところです。

コミュニケーション　望ましい取り組みや成果をスポット的に取り上げた広報誌か、商品・サービスカタログのようなイメージを与えないよう気をつけて下さい。ネガティブ情報やステークホルダーからのインプットから得た教訓、現状認識、今後への考えを語ることで、企業の哲学や姿勢、今後の方向を伝えることができます。

CSRM担当役員ごあいさつ

社会とともに歩む松下電工をめざして CSRへの取り組みを 事業活動の中に落とし込んでいきます

昨今の企業不祥事などにより企業の社会的責任を全うすることが強く求められています。最近の日本環境協会の消費者アンケート調査によると約60%の方が企業は社会的責任を果たしていないと感じておられるという結果がありました。私たちはこうした結果を真摯に受け止め、企業責任（法的責任、経済的責任、倫理的責任、社会貢献責任など）の遂行が重要と決意を新たにするとともに、こうした社会からの期待に応えることが、企業の存続と発展に大きく関わり、社会からの信頼を得られることと肝に銘じています。

松下グループでは創業以来、「企業は社会の公器」という理念を持っており、創業者松下幸之助は企業の社会的責任として3つの原則を明記しています。

1. **企業の本来事業を通じて、社会生活の向上、人々の幸せに貢献していくこと**
2. **その事業活動から適正な利益を生み出し、それをいろいろな形で国家社会に還元していくこと**
3. **そうした企業の活動の過程が、社会と調和したものでなくてはならないこと。そして、これらのことを『時代の変化に即応』して各部門、各個人が役割分担して仕事を進めていかなければならない**

この考え方こそがCSRそのものと捉えており、その遺伝子は連綿と継承されています。

しかし、こうした考え方が独りよがりにならないよう社会との対話が極めて重要と考え、2003年度より直接対話の機会を設けております。2005年度はCSRの各分野でご活躍されている方々から当社のCSRメッセージや方針などについて意見交換をさせていただきました。また本報告書に関しても社外の諸先生方からご意見を頂戴しました。こうしてさまざまな方から、CSRへの取り組みについてご意見・ご提案をいただきながら、当社のCSR活動を再点検し、皆様に信頼される会社へと発展していきたいと考えています。

特に本報告書発行に当たって、谷本様、枝廣様からCSRに関する基本姿勢や方針、長期ビジョンをもう少し具体的に言及すべきとご意見をいただきました。今後はこうしたご指摘を踏まえ、社会とともに歩む松下電工をめざしてCSRへの取り組みを事業活動の中に落とし込んでまいりたいと思います。

本報告書を最後までご覧いただきありがとうございます。今、この報告書をご覧いただいている皆様からも、ご感想・ご意見、また当社活動全般について忌憚ないご指摘を賜れば幸いです。

CSRM担当 代表取締役 取締役副社長

CSRM:CSRとRM（リスクマネジメント）の造語

お問い合わせ先　松下電工株式会社　CSR室　TEL:06-6909-3900　FAX:06-6900-2137
環境推進部　TEL:06-6901-5929　FAX:06-6905-3474
〒571-8686　大阪府門真市大字門真1048番地